



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

**Сборник**  
**аннотаций рабочих программ дисциплин**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.06 Торговое дело**

**Программа прикладного бакалавриата**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток  
2017

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»**

Учебный курс «Иностранный язык» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единицы и 432 академических часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (288 часов, в том числе МАО 216 часов) и самостоятельная работа (144 часа, в том числе 54 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 и 2 курсах в 1-4 семестрах программы бакалавриата.

Дисциплина «Иностранный язык» изучается параллельно с дисциплинами, такими как «История», «Философия», «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура и спорт», «Основы проектной деятельности», «Риторика и академическое письмо» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Поведение потребителей», «Предпринимательство».

В содержательном плане дисциплина «Иностранный язык» представлена двенадцатью тематическими блоками, охватывающими такие социально-бытовые темы, как здоровье, путешествие, знакомство, общение и др., и направлена на изучение иностранного языка для общих целей (General English).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: использование методов активного обучения и интерактивной формы работы (дискуссии, дебаты, ролевые и деловые игры, мозговой штурм и т.д.), способствующих развитию критического мышления студентов, построению аргументированных высказываний, необходимых для формирования академических умений и навыков, требуемых для обучения в зарубежных вузах и осуществления межкультурной коммуникации на изучаемом иностранном языке.

Формами текущего и промежуточного контроля результатов работы студентов являются письменные тесты, тесты LMS, дискуссии по изучаемой тематике, восприятие аудиотекста на слух, написание эссе по изучаемым темам.

Данная дисциплина фрагментарно осуществляет подготовку бакалавров к сдаче международных экзаменов на уровень владения иностранным языком по шкале CEFR, поскольку в ходе обучения формируются и закрепляются языковые и речевые навыки, входящие в перечень требований к сдаче подобных экзаменов.

Курс «Иностранный язык» отражает современные критерии, предъявляемые к выпускнику вуза в торговой и коммерческой сферах, их способности реализовывать свои общекультурные компетенции на иностранном языке в глобальной научной и профессиональной сфере.

**Целью** - углубление исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, формирование коммуникативной компетенции и ее применение в ситуациях повседневного общения с представителями других культур, а также развитие способности к самообразованию и самоорганизации.

**Задачи:**

- систематизация имеющихся знаний, умений и навыков по всем видам речевой деятельности;
- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- формирование средствами иностранного языка межкультурной компетенции как важного условия межличностного, межнационального и международного общения;
- формирование учебно-познавательной мотивации и совершенствование умений самообразовательной деятельности по иностранному языку.

Для успешного изучения дисциплины «Иностранный язык» у обучающихся должны быть сформированы иноязычные компетенции уровня общего среднего образования (школы):

- умение ориентироваться в письменном и аудиотексте на английском языке;
- способность обобщать информацию, выделять ее из различных источников;
- способность поддержать разговор на иностранном языке в рамках изученных тем.

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ОК-10</b> способность к	знает	– грамматический строй английского языка; – слова и выражения в объеме достаточном для

коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия <i>(формируется частично)</i>		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.
<b>ОК-12</b> способность к самообразованию и самоорганизации	знает	- основные принципы самоорганизации и самообразования, особенности и технологии самореализации, исходя из целей совершенствования в профессиональной деятельности.
	умеет	- ставить цели и расставлять приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, личностных возможностей и сроков достижения в осуществляемой деятельности; - самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.
	владеет	- приемами самостоятельного контроля эмоциональных и функциональных состояний при осуществлении профессиональной деятельности; - технологиями организации процесса самообразования, приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.
<b>ОК-7</b> владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной иноязычной	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;

коммуникации		<p>способы словообразования в английском языке: конверсия, аббревиатура;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структурные типы простого и сложного предложения;</li> </ul> <p>правила оформления делового и личного письма; требования к ведению электронной переписки</p>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- употреблять изученную лексику в заданном контексте;</li> <li>распознавать тематику текста по заголовку, предисловию, шрифтовым выделениям, комментариям;</li> <li>- понимать основное содержание аутентичного текста по знакомой тематике без словаря, при наличии 2-3% незнакомых слов;</li> <li>определять истинность/ложность информации в соответствии с содержанием текста;</li> <li>- находить основную или нужную информацию; извлекать из аутентичного текста полную информацию со словарем;</li> <li>- написать личное и деловое письмо, отражающее определенное коммуникативное намерение;</li> <li>- составлять тезисы, краткий или развернутый план прочитанного текста;</li> <li>передавать краткое содержание прочитанного (7-8 фраз);</li> <li>делать устное сообщение, доклад</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками употребления различных типов простых и сложных предложений в соответствии с правилами английского языка;</li> <li>- навыками использования лексико-грамматических единиц;</li> <li>различными алгоритмами обработки информации на иностранном языке;</li> <li>- навыками употребления формул речевого этикета в зависимости от социально-культурного контекста общения;</li> <li>- навыками извлечения информации из письменного и аудиотекста;</li> <li>- навыками логического и аргументированного высказывания.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Иностранный язык» применяются различные методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, ролевая и деловая игра, работа в паре, командная форма работы и др.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «История»**

Учебный курс «История» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 36 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 «Риторика и академическое письмо», «Современные информационные технологии», «Математика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Философия», «Основы управления персоналом».

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 культурой мышления, способность синтезировать, анализировать, обрабатывать информацию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-16 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	Методы и приёмы анализа и структурирования информации, специфику предметной области исследовательской деятельности бакалавра как междисциплинарного научного поля, формы и принципы междисциплинарного взаимодействия; возможности современных научных методов познания мира и владеет ими на уровне, необходимом для решения задач, возникающих при выполнении профессиональных функций
	Умеет	анализировать социально-значимые проблемы и процессы; сотрудничать с представителями других областей знания в ходе решения научно-исследовательских и прикладных задач; ставить научную проблему, обосновывать ее актуальность критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы исторических изменений



	Владеет	навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении; навыками анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России
--	---------	--

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

**Лекционные занятия:** лекция-беседа, проблемная лекция, лекция-презентация с обсуждением.

**Практические занятия:** круглый стол, дискуссия, диспут, коллоквиум, обсуждение в группах, публичная презентация.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Философия»

Учебный курс «Философия» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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 (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с МАО 8 часов), самостоятельная работа студента (54 часа, в том числе подготовка к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Философия» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «История», «Риторика и академическое письмо» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Статистика», «Маркетинг», «Основы логистики».

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	
ОК-8 - способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	Знает	базовый понятийный аппарат философии; основы философской тематики и проблематики, их роль в понимании и анализе мировоззренческих, социально-значимых и личностных проблем
	Умеет	определять место и роль философии в структуре мировоззрения, в понимании и анализе мировоззренческих, социально значимых и личностных проблем
	Владеет	первичными навыками анализа места и роли философии в структуре мировоззрения, в понимании и анализе мировоззренческих, социально значимых и личностных проблем
ОК-16 - владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	Методы и приёмы анализа и структурирования информации, специфику предметной области исследовательской деятельности бакалавра как междисциплинарного научного поля, формы и принципы междисциплинарного взаимодействия; возможности современных научных методов познания мира и владеет ими на уровне, необходимом для решения задач, возникающих при выполнении профессиональных функций
	Умеет	анализировать социально-значимые проблемы и процессы; сотрудничать с представителями других областей знания в ходе решения научно-исследовательских и прикладных задач; ставить научную проблему, обосновывать ее актуальность критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы исторических изменений
	Владеет	навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении; навыками анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России

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 «Безопасность жизнедеятельности»**

Учебный курс «Безопасность жизнедеятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (50 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Физическая культура и спорт», «История», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Элективные курсы по физической культуре и спорту».

**Цель** - формирование у студентов профессиональной компетенции в производственной деятельности и пропаганда знаний, направленных на снижение смертности и потерь здоровья людей от внешних факторов и формирование профессиональной культуры безопасности.

### **Задачи:**

- усвоение студентами основ безопасности жизнедеятельности в системе “человек - среда обитания - чрезвычайные ситуации”;
- знакомство с основными направлениями современных методов обеспечения безопасности технологических процессов и производств;
- понимание принципов управления безопасностью жизнедеятельности на уровне государства, региона и предприятия;

- усвоение основы физиологии и приемов оказания первой медицинской помощи пострадавшим

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

- формирование ценности здорового и безопасного образа жизни; усвоение правил индивидуального и коллективного безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях, угрожающих жизни и здоровью людей, правил поведения на транспорте и на дорогах;

- формирование и развитие установок активного, экологически целесообразного, здорового и безопасного образа жизни;

- понимание личной и общественной значимости современной культуры безопасности жизнедеятельности;

- овладение основами современной культуры безопасности жизнедеятельности, понимание ценности экологического качества окружающей среды, как естественной основы безопасности жизни;

- понимание роли государства и действующего законодательства в обеспечении национальной безопасности и защиты населения;

- формирование антиэкстремистской и антитеррористической личностной позиции;

- умение принимать обоснованные решения в конкретной опасной ситуации с учётом реально складывающейся обстановки и индивидуальных возможностей;

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ОК-15</b> готовностью пользоваться основными методами защиты	Знает	теоретические основы безопасности жизнедеятельности при ЧС; возможные последствия аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения;

<p>производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</p>	<p>Умеет</p>	<p>идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации; принимать решения по целесообразным действиям в ЧС; распознавать жизненные нарушения при неотложных состояниях и травмах;</p>
	<p>Владеет</p>	<p>приемами оказания первой помощи пострадавшим в ЧС и экстремальных ситуациях; приемами и способами использования индивидуальных средств защиты в ЧС; основными методами защиты производственного персонала и населения при возникновении ЧС;</p>

## **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.

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 лекционные занятия (2 часа), практические занятия (68 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 проектной деятельности», «Риторика и академическое письмо» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Безопасность жизнедеятельности», «Элективные курсы по физической культуре и спорту».

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	
<b>ОК-14</b> 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.
<b>ОК-12</b> способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	способы организации самостоятельной работы
	Умеет	искать и находить релевантную информацию, необходимую для самообразования

	Владеет	навыками самоорганизации, необходимыми для достижения целей в ограниченное время
<b>ОК-17</b> готовность 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;

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы проектной деятельности»**

Учебный курс «Основы проектной деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (74 часа, в том числе МАО 74 часа), самостоятельная работа студентов (44 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-2 семестрах. Форма контроля по дисциплине: зачет, зачет с оценкой.

Дисциплина «Основы проектной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы менеджмента», «Экономическое и правовое мышление», «Риторика и академическое письмо», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин как «Проектная деятельность», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Симулятор», «Предпринимательство», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», «Маркетинг в социальных медиа».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятийный аппарат управления проектами, специфика проектной деятельности, категоризация и классификация проектов, системный подход к реализации проекта, метрики и ключевые показатели эффективности проекта, инструментарий управления проектами, здоровье проекта, традиционные и гибкие методы управления проектами, игрофикация проектной деятельности (теоретические основы геймсторминга): принципы и правила разработки деловых игр, игропрактики, модуль состоит из четырех

игр, направленных на развитие «мягких компетенций», необходимых в ходе реализации проектов, геймсторминг, модуль предназначен для обучения методам и приемам работы с проблемой проекта и включает в себя визуализацию, методы генерирования идей (мозговой штурм, бадисторминг), методы быстрого прототипирования и разработки продукта, проектная деятельность: подготовка и разработка проекта: формулирование задач бэклога продукта проекта по модели INVEST, планирование содержания спринтов, разработка минимального жизнеспособного результата, ретроспективы (рефлексия) проектной деятельности.

**Цель** - изучения дисциплины «Основы проектной деятельности» является введение бакалавров в проектную деятельность, получение ими знаний, навыков и умений применения проектного инструментария, организации и реализации проектов.

**Задачи:**

- получение знаний о методиках и инструментах проектной деятельности в части определения нужд и потребностей пользователей, генерации идей, организации и проведения проектных сессий, планирования и достижения целей проекта, получение знаний о техниках проектной работы, связанных с определением проблемы, сбором данных и разработкой решений проблем;
- развитие умений использовать полученные знания в разработке управленческих решений, связанных с разработкой и реализацией различных программ и проектов;
- приобретение навыков применения инструментария дизайн-мышления;
- приобретение навыков системного подхода к анализу проблемных ситуаций.

Для успешного освоения дисциплины «Основы проектной деятельности» у обучающихся 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 использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- 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; применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3 способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	Знает	способы принятия решений в условиях неопределенности
	Умеет	проявлять инициативу и принимать ответственные решения
	Владеет	навыками принятия решений в условиях неопределенности
ОК-11 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	способы организации коллективной деятельности с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий
	Умеет	организовывать групповую работу с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий

	Владеет	навыками коммуникации, организации, планирования коллективной деятельности с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий
<b>ОК-12</b> способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	способы организации самостоятельной работы
	Умеет	искать и находить релевантную информацию, необходимую для самообразования
	Владеет	навыками самоорганизации, необходимыми для достижения целей в ограниченное время

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы проектной деятельности» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: игропрактики, деловые игры, ролевые игры.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «АТР: политика, экономика, культура»**

Учебный курс «АТР: политика, экономика, культура» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «АТР: политика, экономика, культура» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «АТР: политика, экономика, культура» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в дисциплинарные картины мира», «История» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Мировая экономика», «Таможенное дело».

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

1. Культура: традиции, трансформации и современность в культуре АТР; этапы развития цивилизаций стран Восточной Азии; интернационализация и глобализация общественной жизни стран Восточной Азии; культуры стран Восточной Азии в современном мировом культурном процессе.
2. Экономика: модернизация и современное состояние экономики стран АТР, факторы развития, основные форматы и механизмы интеграционного взаимодействия стран АТР; Россия в региональной экономической интеграции в АТР.
3. Политика: Политические традиции, их трансформации и современное состояние политики в АТР; особенности восточноазиатских

политических культур и политических систем; основные этапы трансформации системы международных отношений в АТР; двусторонние и многосторонние механизмы поддержания безопасности в регионе.

**Цель** - сформировать у студентов устойчивое понимание важности процессов и явлений, имеющих место в АТР, и побудить их к дальнейшему самостоятельному изучению региона в контексте их будущей профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- добиться понимания внутренних и внешних причин и факторов разнообразных процессов и явлений, характерных для региона;
- научить ориентироваться в источниках информации по различным аспектам развития региона;
- развить первичные навыки анализа и оценки ситуации в регионе;
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «АТР: политика, экономика, культура» у обучающихся 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 работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

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



<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОК - 1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	страновой состав АТР, общие черты и многообразие Восточной Азии; причины быстрого роста стран Восточной Азии; современное состояние стран АТР; состав и количество участников основных действующих экономических объединений в АТР
	Умеет	использовать отечественные и зарубежные источники экономической, социальной, управленческой информации для анализа особенностей развития экономик стран АТР
	Владеет	навыками анализа структуры и динамики показателей экономического развития стран АТР; методикой сбора и подготовки информации; методами систематизации и обобщения статистических данных.
ОК - 2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	Знает	общие черты и многообразие Восточной Азии, современное состояние стран АТР; состав и количество участников основных действующих экономических объединений в АТР; национальные модели развития экономик стран АТР
	Умеет	выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей стран; использовать отечественные и зарубежные источники экономической, социальной, управленческой информации для анализа особенностей развития экономик стран АТР
	Владеет	навыками анализа основных особенностей экономик стран АТР, их институциональной структуры, направлений экономической политики государств; инструментами математического анализа
ОК-11 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	причины быстрого роста стран Восточной Азии; состав и количество участников основных действующих экономических объединений в АТР; закономерности развития и функционирования современной экономики стран АТР на макро- и микроуровне; национальные модели развития экономик стран АТР
	Умеет	выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей стран; использовать отечественные и зарубежные источники экономической, социальной, управленческой информации для анализа особенностей развития экономик стран АТР
	Владеет	навыками анализа основных особенностей экономик стран АТР, их институциональной структуры; методикой сбора и подготовки информации; методами систематизации и обобщения статистических данных; навыками самостоятельной аналитической работы

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Риторика и академическое письмо»**

Учебный курс «Риторика и академическое письмо» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Риторика и академическое письмо» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студента (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Риторика и академическое письмо» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Современные информационные технологии», «Иностранный язык» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «АТР: политика, экономика, культура», «Философия», «Основы менеджмента».

**Цель** - формирование у студентов навыков эффективной речевой деятельности, а именно:

- 1) подготовки и представления устного выступления на общественно значимые и профессионально ориентированные темы;
- 2) создания и языкового оформления академических текстов различных жанров.

**Задачи:**

- научить студентов стратегии, тактикам и приёмам создания речевого выступления перед различными типами аудитории;
- развить навыки составления академических текстов различных жанров (аннотация, реферат, эссе, научная статья);
- совершенствовать навыки языкового оформления текста в соответствии с принятыми нормами, правилами, стандартами;

- сформировать навыки редактирования/саморедактирования составленного текста;
- научить приемам эффективного устного представления письменного текста;
- ознакомить с принципами и приемами ведения конструктивной дискуссии;
- обучить приемам создания эффективной презентации.

Для успешного изучения дисциплины «Риторика и академическое письмо» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность воспринимать, осмыслять, воспроизводить и критически оценивать содержание учебных, научных, научно-популярных, публицистических, деловых текстов на русском языке;
- владение нормами устной и письменной речи на современном русском языке (нормами произношения, словоупотребления, грамматическими нормами, правилами орфографии и пунктуации);
- представление о стилистическом варьировании современного русского литературного языка;
- умение выражать своё мнение, формулировать суждения общественно значимого содержания.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
Способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, об-	Знает	основные положения риторики и методику построения речевого выступления, основные принципы составления и оформления академических текстов.
	Умеет	создавать письменные академические тексты различных жанров; оформлять письменный текст в соответствии с принятыми нормами, требованиями, стандартами.

ществленных дискуссиях (ОК-6)	Владеет	основными навыками ораторского мастерства: подготовки и осуществления устных публичных выступлений различных типов (информирующее, убеждающее и т.д.); ведения конструктивной дискуссии; навыками аналитической работы с различными источниками, в том числе научными; навыками редактирования академических текстов.
Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-10)	Знает	основные принципы и законы эффективной коммуникации.
	Умеет	создавать устный и письменный текст в соответствии с коммуникативными целями и задачами; оформлять его в соответствии с нормами современного русского литературного языка, формальными требованиями и риторическими принципами; свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка.
	Владеет	навыками эффективного устного представления письменного текста; навыками преодоления сложностей в межличностной и межкультурной коммуникации.
Способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня (ОК-1)	Знает	основные принципы работы с текстами разной стилистической принадлежности; основные правила устной коммуникации
	Умеет	работать с текстами научной и профессиональной тематики, извлекать из них основную информацию и доносить её в адекватной ситуации устной форме
	Владеет	навыками поиска, обработки и эффективного представления информации, необходимой в профессиональной и учебной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Риторика и академическое письмо» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: презентации, сопровождающиеся обсуждением, интерактивные и проблемные лекции, лекции-диалоги, проведение ролевых игр, использование метода case-study, коллективное решение творческих задач, работа в малых группах, метод обучения в парах (спарринг-партнерство), метод кооперативного обучения, в том числе групповое проектное обучение, организация дебатов, проведение круглого стола и др.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математика»**

Учебный курс «Математика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа (18 часов), зачет. Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-м семестре.

Дисциплина «Математика» изучается параллельно со следующими дисциплинами «История», «Математика для экономистов», «Современные информационные технологии», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Эконометрика».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: элементы матричного и векторного анализа, аналитическая геометрия; математический анализ; теория вероятностей и математическая статистика, элементы теории рисков; математическая логика и дискретная математика; элементы теории принятия решений; математическая обработка информации.

**Целью** 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

- работы со случайными событиями, вычисления характеристик случайных величин
- выполнения логических действий, действий на множествах, проверки истинности высказывания
- построения дерева решения, решения задачи линейного программирования
- вычисления выборочных точечных и интервальных оценок, построения гистограммы и полигона частот.

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-4 способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда	Знает	Основные понятия матричного исчисления, элементы векторной алгебры, методы решения систем, основные понятия аналитической геометрии. Основные понятия и методы вычисления пределов, нахождения производных, вычисления интегралов, метод решения дифференциальных уравнений.
	Умеет	Применять методы матричного исчисления, аналитической геометрии и математического анализа для решения типовых профессиональных задач
	Владеет	Навыками использования математического аппарата для решения профессиональных задач
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	Основные определения и классификацию событий, основные определения случайных величин, законы распределения; понятия математической статистики, методы обработки статистического материала, этапы математической обработки информации. Основные определения и операции теории множеств и исчисления высказываний; основные понятия моделей и методов принятия решений.
ОК-16 владением культурой мышления,		Умеет

<p>способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</p>		<p>первичную обработку статистических данных; находить выборочные оценки. Выполнять действия над множествами, решать логические задачи в рамках исчисления высказываний; построить дерево решений, решить задачу ЛП графическим методом.</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Вероятностными методами решения профессиональных задач; методами составления закона распределения, вычисления и анализа соответствующих характеристик. Техникой обработки статистических данных; методами анализа содержательной интерпретации полученных результатов. Методами формализации рассуждений средствами исчисления высказываний. Методами содержательного и формального анализа полученных результатов. Методами построения простейших математических моделей типовых профессиональных задач.</p>



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логика»**

Учебный курс «Логика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 ч. Учебными планами предусмотрены лекционные (18 часов) и практические (18 часов, в том числе МАО 8 часов) занятия, самостоятельная работа (36 ч.). Дисциплина реализуется во 2 семестре 1 курса.

Дисциплина «Логика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Современные информационные технологии», «Риторика и академическое письмо» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг», «Финансы», «Эконометрика», «Основы логистики», «Маркетинговые исследования».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

- формирование правильного мышления и других общекультурных компетенций. В курсе наибольшее внимание уделяется традиционной и символической логике, также прививаются навыки аргументированного и доказательного рассуждения, раскрываются основные тенденции и направления науки о законах мышления, разбираются примеры применения логики в обыденной жизни и профессиональной деятельности.

При чтении курса одновременно учитывается его классическое содержание, а также современные методы подачи материала и контроля успеваемости.

**Цель** - овладение студентами культурой рационального мышления, практического применения её законов и правил.

### **Задачи:**

1. Овладение студентами логической культурой, устойчивыми навыками точного, непротиворечивого, последовательного и доказательного мышления;

приобретение практического умения осуществления различных логических операций, что достигается усвоением основных форм логических понятий и технологий анализа и вывода, а также решением соответствующих задач и упражнений.

2. Развитие у студентов навыков аналитического мышления, включающего способность анализировать логическую правильность и фактическую истинность собственных и других мыслительных актов, умения проводить мыслительные эксперименты, решать вопросы о логической взаимосвязи получаемой информации, об объектах исследования, активно оперировать понятийным логическим аппаратом в ситуациях с заданной или ограниченной информацией.

3. Формирование у студентов навыков ведения полемики. Умение аргументировано излагать свою позицию, подвергать глубокому анализу позицию оппонентов, убедительно отстаивать свою точку зрения, знать уловки споров и методы их нейтрализации – всё это составляет необходимые навыки профессионала в любой области. Овладение «логической компонентой» полемической культуры является наиболее эффективным средством овладения культурой полемики вообще, ибо искусство полемики неотделимо от ораторского мастерства, а логика с момента своего возникновения всегда ориентировалась на запросы риторики.

4. Прикладное использование студентами идей, средств и методов логики. Подобное использование подразумевает умение вскрывать логические ошибки, опровергать необоснованные доводы оппонентов, выдвигать и анализировать различные версии, осуществлять классификации и доказательства, составлять логически коррективные планы мероприятий, уяснять смысл и структуру рассуждений.

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

– умение выражать мысль устно и письменно в соответствии с грамматическими, семантическими и культурными нормами русского языка;

– иметь представления о мировом историческом процессе.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4)	Знает	об исторических этапах развития рационально-логического мышления в истории человеческой культуры; основные законы логики, формы мышления
	Умеет	пользоваться законами и правилами основных логических операций с понятиями, суждениями и умозаключениями в процессе получения, усвоения и обработки учебной информации из различных источников и форм
	Владеет	навыками выявления и исправления логических ошибок, намеренных логических подлогов, логических операций с основными формами мышления
способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности (ОК-5)	Знает	законы формальной логики, правила основных логических операций с понятиями, суждениями, виды и правила умозаключений, виды и правила построения вопросов и ответов, а также гипотез
	Умеет	грамотно строить доказательство и опровержение, решать задачи по формальной и символической логике в пределах программы, делать выводы из имеющихся посылок разными способами; применять правила аргументации в ходе ведения самостоятельной полемики с оппонентом
	Владеет	навыками формально-логического анализа текстов; навыками логического обоснования или опровержения мысли; навыками обнаружения логических ошибок и уловок в рассуждении
владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-16)	Знает	о соотношении между объективной логикой природы и истории, субъективной логикой общественной ментальности, формирующей особенности отечественного образования и логикой как наукой о правильных формах мышления.
	Умеет	коррелировать логику должного и возможного, цели и результатов, формы и содержания как в теории и в практической сфере
	Владеет	навыками определения правильного мышления с точки зрения формальной логики, диалектического

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

**Лекционные занятия**

- лекция-дискуссия;
- проблемная лекция,
- «мозговой штурм»,
- диаграмма Исикавы

**Практические занятия**

- публичное выступление;
- логический анализ текстов;
- решение задач, упражнений, кейсов;
- работа с интернет-тренажером «Логикон».

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Современные информационные технологии»**

Учебный курс «Современные информационные технологии» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Современные информационные технологии» включена в состав базовой части дисциплин блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), лабораторные занятия (36 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Современные информационные технологии» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Риторика и академическое письмо», «История», «Математика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Теория вероятностей и математическая статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Содержание дисциплины «История» охватывает следующий круг вопросов: использование знаний, полученных при изучении дисциплины в различных дисциплинах, где требуется умение работы с компьютером и владение современными информационными технологиями.

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

### **Задачи:**

1. Изучение современных средств создания текстовых документов, электронных таблиц и других типов документов.
2. Изучение базовых принципов организации и функционирования компьютерных сетей и сети Интернет.

3. Изучение методов поиска информации в сети Интернет, методов создания сайтов с использованием средств автоматизации данного процесса.

Для успешного изучения дисциплины «Современные информационные технологии» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- использование компьютера и использование методов создания документов с его помощью.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные 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	понятие информации и ее свойства; современные технические и программные; средства обработки, хранения и передачи информации, основные направления их развития. Роль и значение информации, информатизации общества, информационных технологий; теоретические основы информационных процессов преобразования информации
	Умеет	сравнивать современные программные средства обработки, хранения и передачи информации и выбирать подходящие для работы с документами разных типов; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
	Владеет	современными программными средствами обработки, хранения и передачи информации при создании документов разных типов.
ОК5 Способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	современные программные средства работы с документами различных типов; принципы работы компьютерных сетей, в том числе сети Интернет; основы технологии создания баз данных
	Умеет	использовать современные информационные технологии при создании и редактировании документов различных типов; использовать современные технологии обработки информации, хранящейся в документах;

		использовать гипертекстовые технологии при создании страниц для интернет; формулировать запросы для поиска информации в сети интернет; использовать основы технологии создания баз данных
	Владеет	современными программными средствами создания и редактирования документов, обработки хранящейся в них информации; современными программными средствами создания и редактирования страниц сайтов; методами использования современных информационных ресурсов при поиске информации в сети интернет; современными программными средствами создания и редактирования баз данных
ОК-16 владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	основы культуры мышления и характеристики мыслительных операций;
	Умеет	систематизировать, интерпретировать и комментировать информацию; проблематизировать мыслительную операцию, репрезентировать ее на уровне проблемы; определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций;
	Владеет	мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации, обобщения, классификации;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Современные информационные технологии» на лекциях и лабораторных занятиях применяется проекционная техника, а также следующие методы активного/интерактивного обучения:

- интерактивные лекции;
- лекции-презентации.
- работа с наглядными пособиями, видео- и аудиоматериалами;
- интерактивная форма с подачей материала мультимедийными средствами;
- методы ИТ – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения

информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации;

– опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях;

– проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельной «добыче» знаний, необходимых для решения конкретной проблемы;

– - тестовые задания.



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономическое и правовое мышление»**

Учебный курс «Экономическое и правовое мышление» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Экономическое и правовое мышление» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

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

Дисциплина «Экономическое и правовое мышление» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Современные информационные технологии», «Математика», «Введение в дисциплинарные картины мира», позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Микроэкономика», «Макроэкономика».

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

1. Структура экономической науки, альтернативная стоимость и оптимальный выбор, теория игр, равновесие, эффективность и государство, экономический рост и институты, экономические колебания и финансовые рынки.

2. Основы гражданского, административного, уголовного, трудового, экологического права Российской Федерации.

**Цель** – формирование представления о предмете экономической науки в неформальном ключе, об открытых вопросах, стоящих перед экономистами, а также формирование у студентов правовой культуры и правосознания, умения ориентироваться в жизненных и профессиональных ситуациях с позиций закона и права.

### **Задачи:**

- сформировать у студентов представление об экономике как науке, изучающей поведение людей в условиях ограниченности ресурсов;
- познакомить студентов с основными разделами экономической науки, важнейшими результатами, имеющимися в этих разделах;
- дать представление об особенностях важнейших экономических школ, основных идеях их сторонников;
- сформировать навыки критического обсуждения экономических сюжетов;
- сформировать устойчивые знания в области права;
- развить уровень правосознания и правовой культуры студентов;
- развивать способности восприятия и анализа нормативно-правовых актов, в том числе для применения этих знаний в своей профессиональной деятельности;
- сформировать навыки практического применения норм права.

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

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОК-9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в	Знает	основные понятия и термины, употребляемые в экономике
	Умеет	решать основные экономические и правовые прикладные задачи
	Владеет	навыками принятия решений на основе экономической информации

различных сферах		
ОК-13 способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	Знает	основные понятия и термины теории права
	Умеет	понимать и применять законы и другие нормативные правовые акты
	Владеет	навыками принятия решений на основе правовой информации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическое и правовое мышление» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, активное чтение.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Микроэкономика»**

Учебный курс «Микроэкономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

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

Дисциплина «Микроэкономика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Современные информационные технологии», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Математика для экономистов» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Статистика», «Эконометрика»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: предмет дисциплины и методы изучения микроэкономических процессов; проблему выбора и производственные возможности; теорию спроса и предложения; эластичность спроса и предложения, теорию потребительского поведения, теорию фирмы; теорию организации рынков.

**Цель** - изучения дисциплины является формирование у будущих бакалавров базовых теоретических знаний и практических навыков в области микроэкономики – науки о поведении отдельных субъектов (предприятий, людей, рынков отдельных товаров) в экономической среде.

### **Задачи:**

- заинтересовать студентов микроэкономической проблематикой;

– изучить ключевые концепции и методы по теории спроса и предложения, теории потребительского поведения, теории фирмы и теории организации рынков;

– научить использовать микроэкономiku в качестве инструмента для принятия управленческих решений и выработки экономической политики фирм;

– научить самостоятельно очерчивать соответствующие теоретические предпосылки и рамки анализа, строить адекватные экономической реальности, микроэкономические модели;

– подготовить студентов к изучению специальных теоретических и прикладных курсов, базирующихся на микроэкономической теории.

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

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

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

– способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

– способностью к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и	знает	– сущность микроэкономики как науки, ее основной категориальный аппарат; – основные закономерности, лежащие в основе деятельности экономических субъектов и их роль в функционировании экономики; – теоретические основы функционирования рыночной экономики;

экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем		<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные микроэкономические показатели и их интерпретацию;</li> <li>– основы потребительского поведения и производства фирмы;</li> <li>– взаимодействие субъектов экономики в процессе образования крупных структур - рынков в отраслях экономики;</li> <li>– стратегию ценообразования фирм в условиях власти рынка;</li> <li>– закономерности функционирования и развития различных отраслей и рынков и результаты влияния на их деятельность экономической политики правительства;</li> <li>– экономические методы построения моделей фирмы и рынка, используемых для количественных прогнозов.</li> </ul>
	умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выделять (определять) элементы рыночной системы;</li> <li>– осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения экономических расчетов, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;</li> <li>– анализировать в общих чертах основные экономические события в своей стране и за ее пределами, находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики</li> <li>– строить стандартные теоретические и экономико-математические модели исследуемых процессов, явлений и объектов микроэкономики, анализировать и интерпретировать полученные результаты.</li> </ul>
	владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понятийным аппаратом дисциплины и важнейшими микроэкономическими терминами;</li> <li>– навыками поиска и использования информации об экономических явлениях, событиях и проблемах;</li> <li>– основными методами и теоретическим инструментарием изучения явлений и процессов экономической жизни на микроуровне, способами и средствами решения микроэкономических проблем;</li> <li>– анализом и интерпретацией показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления на микроуровне как в России, так и за рубежом.</li> </ul>

Для формирования указанных компетенций в рамках дисциплины «Микроэкономика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод проблемного обучения и метод пресс-конференции (18 часов). Активно используется статейный материал, видео, презентации. Постоянно проводятся самостоятельные и контрольные работы.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

### «Макроэкономика»

Учебный курс «Макроэкономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа (4 зачетных единицы). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов) и самостоятельная работа студента (90 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на первом курсе во втором семестре.

Дисциплина «Макроэкономика» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения таких учебных дисциплин, как «Экономическое и правовое мышление», «Математика для экономистов», «Математика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Мировая экономика», «Эконометрика», «Финансы», «Маркетинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: общая характеристика функционирования национального хозяйства (модель макрорынка, основные макроэкономические показатели и т. д.); закономерности функционирования рынка товаров и услуг (модель AD – AS, макроэкономическая нестабильность, потребление и инвестиции и т.д.); функционирование рынка денег в национальной экономике (спрос на деньги, предложение денег, функции банковской системы, монетарная политика ЦБ и т.д.); воздействие правительства на экономику (госбюджет, проблемы бюджетного дефицита и госдолга, фискальная политика); открытая экономика (платежный баланс страны, валютные курсы, модель малой

открытой экономики и т. д.); макроэкономическая динамика (экономический рост, цикличность развития экономики).

**Цель** - заключается в формировании у студентов представления об общих закономерностях функционирования национального хозяйства, о роли рынка товаров и услуг и рынка денег в национальной экономике, основных макроэкономических проблемах, роли государства в экономике, целях и инструментах государственной стабилизационной политики, основных макроэкономических институтах и принципах их функционирования.

**Задачи:**

- формирование у студентов целостного представления о функционировании и развитии современной рыночной экономики на макроуровне;
- овладение понятийным аппаратом экономической теории для более полного и точного понимания сути происходящих процессов;
- овладение основными макроэкономическими моделями, необходимыми для анализа функционирования национального хозяйства, основных макроэкономических рынков, взаимосвязей между экономическими агентами в хозяйстве страны;
- формирование навыков нахождения и обработки информации, необходимой для анализа макроэкономических явлений и процессов;
- формирование понимания у студентов различий в подходах неоклассиков, кейнсианцев, монетаристов, новых неоклассиков, и возможностей использования этих концепций в различных экономических ситуациях.

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

- 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;

– знание основ математики и умение решать математические задачи в рамках школьного курса;

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

– навыки работы с компьютером как средством управления информацией;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– закономерности функционирования национальной экономики;</li> <li>– основные модели, используемые в макроэкономике, для анализа экономических фактов и явлений (модель AD-AS, модель рынка денег, модель IS-LM, модель малой открытой экономики и другие);</li> <li>– основные показатели состояния и развития национальной экономики.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать графические и математические экономические модели для анализа хозяйственных ситуаций и экономических явлений;</li> <li>– рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие состояние национальной экономики.</li> </ul>

решении профессиональных проблем	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понятийным аппаратом экономической науки;</li> <li>– методами расчета экономических показателей, характеризующих состояние и развитие национальной экономики;</li> <li>– навыками применения макроэкономических моделей для анализа состояния национальной экономики, последствий тех или иных мер государственной экономической политики и т.д.</li> </ul>
----------------------------------	---------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Макроэкономика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод кооперативного обучения; метод проблемного обучения; метод кейс-стади.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы менеджмента»**

Учебный курс «Основы менеджмента» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (27 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО 18 часов), самостоятельная работа (117 часов, в том числе 81 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-м и 2 семестрах.

Дисциплина «Основы менеджмента» параллельно изучается с дисциплинами «Введение в дисциплинарные картины мира», «Риторика и академическое письмо», «Экономическое и правовое мышление», «Современные информационные технологии», «Основы проектной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг», «Проектная деятельность», «Предпринимательство».

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 торговых организаций; понятие внутренней и внешней среды торговой организации; персонал как объект управления; деловые партнеры торговых организаций; 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 в сфере торговли; методы управления персоналом как объекта управления в торговой организации; понятие, виды и этапы функции планирования; анализ, оценка и разработка стратегии торговых 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; контроль за выполнением договоров в сфере торговли; методы управления; законодательная и нормативная документация, в том числе в сфере торговли как основа административных методов управления в решении профессиональных задач.

3. Организационно-управленческие решения и связующие процессы в менеджменте: понятие, значение и классификация управленческого решения и его особенности; специфика организационно-управленческих решений в отношении персонала торговой организации; основные этапы разработки и реализации управленческого решения; методы принятия организационно-управленческих решений в сфере торговли; управление как процесс коммуникаций, обмена информацией; сбор, хранение, обработка информации в управлении профессиональной торговой деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); роль компьютера и компьютерных технологий в управлении информацией для принятия эффективных управленческих решений в сфере торговли; групповая динамика, лидерство и руководство; техника деловых переговоров и заключение договоров как результат проведения деловых переговоров в сфере торговли.

**Цель** - формирование у студентов представления о менеджменте, его принципах, функциях и методах, формирование навыков практической

деятельности и управленческого мышления, необходимых для принятия организационно-управленческих решений в сфере торговли.

**Задачи:**

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

Для успешного изучения дисциплины «Основы менеджмента» 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 основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.

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,	Знает	Виды и содержание нормативных документов, действующего законодательства, требований нормативных документов в торговом деле
	Умеет	Применять нормативные документы в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство и требования

готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов		нормативных документов в торговом деле
	Владеет	Навыками использования на практике нормативных документов в своей профессиональной деятельности, навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов в торговом деле
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	теоретические основы процесса сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); приемы, основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; основы работы с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
	Умеет	осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
	Владеет	Навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); навыками применения основных методов и средств получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знает	Теоретические основы управления персоналом организации (предприятия); методы организационно-управленческой работы с малыми коллективами в торговом деле
	Умеет	Применять методы управления персоналом организации (предприятия); осуществлять организационно-управленческую работу с малыми коллективами в торговом деле
	Владеет	Навыками управления персоналом организации (предприятия) навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами в торговом деле
ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить	Знает	Основы работы с деловыми партнерами; технику проведения с ними деловых переговоров; виды, содержание и алгоритм процесса заключения

с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение		договоров и контроля их выполнения в торговом деле
	Умеет	Осуществлять поиск и выбор деловых партнеров; применять технику проведения с ними деловых переговоров, заключения договора и контроля их выполнения в торговом деле
	Владеет	Навыками поиска и выбора деловых партнеров; навыками проведения с ними деловых переговоров; навыками заключения договора и контроля их выполнения в торговом деле
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.	Знает	Методы анализа, оценки и разработки стратегии торговой организации
	Умеет	Проводить анализ, оценку и разработку стратегии торговой организации
	Владеет	Навыками анализа, оценки и разработки стратегии торговой организации

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 «Введение в дисциплинарные картины мира»**

Учебный курс «Введение в дисциплинарные картины мира» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Дисциплина «Введение в дисциплинарные картины мира» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в т.ч. с использованием МАО – 9 час.), самостоятельная работа (72 час<sup>4</sup>, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Введение в дисциплинарные картины мира» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Риторика и академическое письмо», «Математика» позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Экономическое и правовое мышление», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Эконометрика»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: место экономики как науки в современных обществоведческих дисциплинах; ограничения и преимущества «экономических знаний» по сравнению с «социологическими», «антропологическими», «историческими» и прочими знаниями; значение дисциплинарных границ и междисциплинарности для развития обществоведческих наук; понимание рыночных и нерыночных отношений и институтов в разных дисциплинарных картинах мира; значение рациональности/иррациональности индивида как основное допущение экономических моделей; значение эксперимента в научных исследованиях; значение укорененности экономических действий в социальных отношениях; значение и влияние истории и культуры на экономическое развитие, а также



обсуждение социально-экономической динамики развития в зависимости от истории и культуры; возможности и ограничения применения теорий, концепций, моделей для объяснения эмпирических данных; значение вторичных и первичных, а также количественных и качественных данных в современных исследованиях экономики и управления.

**Цель** - формирование представления студентов о стилях мышления различных социально-научных дисциплин, а так же формировании у студентов навыков междисциплинарного подхода, выражающего интегративный характер современного этапа научного развития.

**Задачи:**

- формирование представления об основных исторических периодах развития науки, исторической необходимости в смене научных картин мира;
- формирование знаний о месте экономики как науки в современных обществоведческих дисциплинах, о значении дисциплинарных границ и междисциплинарности для развития обществоведческих, в том числе наук об экономике и управлении;
- формирование понимания основных концепций в области различных наук;
- формирование понимание необходимости применения в практической деятельности навыков междисциплинарного подхода;
- знакомство со значением эксперимента в научных исследованиях и особенностями эксперимента в экономической теории;
- знакомство с концепцией «укорененности» экономических действий в социальных отношениях;
- знакомство с теоретическими концепциями и эмпирическими свидетельствами, объясняющими влияние истории и культуры на экономическое развитие, обсуждение социально-экономической динамики развития в зависимости от истории и культуры;

– знакомство со значением вторичных и первичных, а также количественных и качественных данных для современных исследований экономики и управления.

Для успешного изучения дисциплины «Введение в дисциплинарные картины мира» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

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

– способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач.

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	направления междисциплинарных эмпирических исследований проблем экономики и управления России и АТР
	умеет	критически оценивать эмпирические результаты исследований актуальных экономических и управленческих проблем развития, в т.ч. России и стран АТР
	владеет	навыками ведения аргументированной научной дискуссии, презентации результатов научных исследований
ОК-4 способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда	знает	основы теоретического объяснения актуальных задач в области экономики и управления
	умеет	критически воспринимать и творчески использовать достижения сопряженных общественных наук для решения профессиональных задач в области экономики и управления
	владеет	базовыми навыками сбора и обработки первичных данных, поиска и анализа вторичных данных

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Введение в дисциплинарные картины мира» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция-дискуссия, техники критического чтения и письма, разработка индивидуального и группового исследовательского проекта, деловая игра (дебаты), проведение лабораторного эксперимента.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математика для экономистов»

Учебный курс «Математика для экономистов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Математика для экономистов» входит 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 часов), самостоятельная работа студента (90 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Математика для экономистов» изучается параллельно с дисциплинами «Математика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Статистика», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Эконометрика».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: Разделы математики, которые необходимо знать, чтобы грамотно толковать экономическую информацию: каким образом применяется в экономическом анализе математический аппарат дифференциального и интегрального исчисления, как с помощью теории функции нескольких переменных можно строить и исследовать производственные функции, функции спроса на ресурсы, функции полезности, изучаемые в микроэкономике, и т.д. Основополагающую роль в дисциплине «Математика для экономистов» играют задания, связанные со спецификой подготовки студента-экономиста. Причем, задачи с экономическим содержанием даются в системе по каждой изучаемой теме данной дисциплины.

**Цель** – получение основных математических знаний и применение их к решению прикладных задач. Изучение курса поможет в формировании логического мышления, в более строгом рассмотрении социально-

экономических закономерностей. При этом студент четко сориентирован, для чего и когда ему будет полезно знание тех или иных разделов дисциплины в экономических исследованиях.

### **Задачи:**

- научить студентов грамотно ставить экономические задачи и самостоятельно решать простейшие из них;
- показать связь математической науки с практическими задачами экономики;
- приобрести навыки практического решения экономических задач методами математического моделирования.

Для успешного изучения дисциплины «Математика для экономистов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные элементы компетенций:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе	Знает	Методы решения профессиональных задач на основе математической науки
	Умеет	Применять математические методы обработки и анализа информации для

информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		проведения экономических расчетов
	Владеет	Навыками проведения экономических расчетов при помощи математических методов Навыками работы с компьютером с целью получения информации, в том числе LMS Blackboard
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Знает	Основы математического анализа, линейной алгебры и теории вероятностей для решения профессиональных задач
	Умеет	Применять математические методы к решению профессиональных задач
	Владеет	Навыками применения математического аппарата к решению профессиональных задач

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Математика для экономистов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-презентация, мозговой штурм, работа в малых группах, решение ситуационных задач.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы управления персоналом»**

Учебный курс «Основы управления персоналом» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов в том числе МАО 9), самостоятельная работа (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Основы управления персоналом» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Экономическое и правовое мышление», «Основы менеджмента», «Основы проектной деятельности», «Введение в дисциплинарные картины мира» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Управление цепями поставок», «Логистика запасов», подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

Теория управления в роли человека в организации; государственная система управления трудовыми ресурсами; принципы и методы управления персоналом; цели, функции, организационная структура системы управления персоналом; кадровое планирование: планирование потребности в персонале, планирование производительности труда и показателей по труду; технология управления персоналом и его развитием: найм, отбор, прием, деловая оценка персонала; профориентация и трудовая адаптация, обучение аттестация персонала; управление деловой карьерой, служебно-профессиональным продвижением, работа с кадровым резервом; мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала; условия труда персонала; режим и

дисциплина труда; высвобождение персонала; оценка результатов труда персонала, оценка затрат на персонал.

**Цель** – овладение студентами теоретическими знаниями и практическими умениями по управлению персоналом как одному из самых важных видов управления. Управление персоналом рассматривается как выполняемая на предприятиях деятельность, которая способствует наиболее эффективному использованию человеческого ресурса для достижения организационных и личных целей.

**Задачи:**

- понимать организационную структуру предприятия;
- использовать в работе должностную инструкцию;
- обеспечить предприятие высококвалифицированными и заинтересованными сотрудниками;
- эффективно использовать и развивать компетенции сотрудников;
- правильно делегировать полномочия;
- обеспечить стремление к наиболее полному удовлетворению сотрудников своей работой, к их наиболее полному самовыражению;
- повысить вовлеченность сотрудников в дела предприятия;
- осуществить командообразующие мероприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Основы управления персоналом» 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 творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;



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

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

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	знает	сущность, понятие организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	умеет	управлять персоналом организации
	владеет	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы управления персоналом» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: выполнение тренировочных упражнений, построение аналитических таблиц, выполнение групповых заданий, подготовка докладов и презентаций, выполнение индивидуальных заданий.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Статистика»

Учебный курс «Статистика» предназначена для студентов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины «Статистика» 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 студента (90 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Статистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика для экономистов», «Математика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Финансы», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности», «Ценообразование».

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

методология статистики, основные категории статистики, методы наблюдений, сводки и группировки статистической информации, статистические группировки, ряды распределения, графическое изображение статистических данных; статистические таблицы; абсолютные показатели, относительные показатели; средние, анализ вариационных рядов, выборочный метод, методы изучения динамики социально-экономических явлений, методы анализа основной тенденции в рядах динамики, методы выявления сезонной компоненты, статистические индексы.

**Цель** - овладение методами и способами статистического количественного и качественного анализа социально-экономических явлений и процессов и их взаимосвязей

### **Задачи:**

- дать основополагающие представления знаний в области общей теории математики и статистики, основ экономической статистики и международной статистики;
- изучение базовых понятий области производства статистических расчетов, в использовании методов статистического анализа;
- приобретение знаний и навыков, самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

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

- 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;
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и	Знает	инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей и с учетом основных требований информационной безопасности

	Умеет	применять инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей и библиографической культуры
	Владеет	способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных для решения стандартных задач профессиональной деятельности
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 и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знает	методы статистического исследования: наблюдение, сводка и группировка; анализ полученных результатов; способы получения, хранения и переработки информации для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической)
	Умеет	на основе современных методологических приемов, разработанных Росстатом осуществлять сбор, обработку и анализ статистических данных
	Владеет	современными методами анализа и обработки статистических данных, с использованием современных статистических пакетов программ для получения, хранения и переработки информации
ПК-14 - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.	Знает	методы выявления тенденций изменения социально-экономических показателей
	Умеет	анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
	Владеет	способностью анализировать, интерпретировать и прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Статистика» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа: деловая игра, научные дискуссии.

## **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.

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

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

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин как «Управление цепями поставок».

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

1. Введение в дисциплину. Цель и задачи дисциплины.
2. Информационные технологии в торговой деятельности. Основные понятия информационных систем и технологий, состав и сущность информационных технологий в торговом деле.
3. Средства информационных технологий в торговом деле. Понятие информационных процессов. Программные средства реализации информационных процессов в торговой деятельности.
4. Информационные технологии документационного обеспечения. Компьютерные технологии подготовки сложных документов. Системы управления документами.
5. Использование интегрированных программных продуктов. Создание компьютерных презентаций. Технология выполнения экономических расчетов

в MS Excel. Компьютерные методы оптимизации процессов управления. Организация распределенной обработки информации.

6. Интернет-технологии в торговой деятельности. Поиск информации. Информирование партнеров и клиентов. Прямые продажи. Косвенные продажи. Имиджевая реклама. Проведение маркетинговых исследований. Перевод в Интернет взаимоотношений с дилерами / поставщиками. Оптимизация работы внутри компании.

7. Методы защиты информации. Основные понятия криптографии. Электронно-цифровая подпись (ЭЦП). Компьютерные вирусы. Классификация антивирусных программ. Облачная антивирусная защита.

**Цель** – усвоение студентами теоретических знаний в области методологии информационных технологий, формирование умений и практических навыков в применении информационных технологий для решения оперативных, тактических и стратегических задач в профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- формирование теоретических знаний, позволяющих ориентироваться в области современных информационных технологий в торговом деле;
- формирование знаний о методологии построения информационных систем;
- формирование навыков применения информационных технологий документационного обеспечения;
- формирование навыков по освоению компьютерных технологий интеллектуальной поддержки управленческих решений;
- формирование знаний об инновационных направлениях развития информационных технологий в торговом деле.

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

- 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 информационные технологии в профессиональной деятельности;
- готовность применять основные закономерности создания и использования информационных систем и технологий в профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные 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	основы информационной и библиографической культуры
	Умеет	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
	Владеет	знаниями о применении информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности в профессиональной деятельности
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	Знает	способы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
	Умеет	применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации
	Владеет	навыками компьютерной обработки информации как со средством управления

информацией		
ПК-12 Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	информационные технологии, используемые в торговой деятельности
	Умеет	разрабатывать проекты в торговой деятельности с использованием информационных технологий
	Владеет	методами и технологиями разработки маркетинговых проектов с использованием информационных технологий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» применяются методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция-дискуссия, опрос, вычислительный эксперимент, моделирование, проектирование.



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг»**

Учебный курс «Маркетинг» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинг» 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). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Основы менеджмента», «Основы управления персоналом», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы проектной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Управление продажами», «Управление ценообразованием», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Мерчандайзинг», «Брендинг» 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** – формирование маркетингового мировоззрения, которое приводит студентов-бакалавров к пониманию, что в современном бизнесе именно маркетинг является связующим звеном между потребителем и компанией, направляет (*задает векторы*) действия всех ее подразделений на решение задач *создания потребительской ценности* и удовлетворения потребителей, что, в конечном счете, приводит к повышению результативности бизнеса

**Задачи:**

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути маркетинга и особенностей его применения в будущей профессиональной деятельности;
- развить представление об основных маркетинговых технологиях (сегментирование, переход к целевому рынку, позиционирование и проч.);
- сформировать представление студентов о маркетинговой среде компании (организации) и методах сбора информации для ее анализа;
- сформировать понимание о комплексе маркетинга компании (организации) (4P: товар, цена, сбыт, продвижение) и его основных элементах.

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

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

- 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 и др.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<i>Профессиональные компетенции</i>		
<b>ПК-3</b> – 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	основные понятия, принципы и концепции современного маркетинга; содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам; методические подходы к решению маркетинговых задач
	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 организации работы конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в условиях определённого рынка товаров или услуг, на основе концепции маркетинга

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Финансы»**

Дисциплина «Финансы» предназначена для бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Финансы» включена в состав базовой части блока дисциплин (модулей).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены аудиторные занятия – 72 часа (лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часов (в том числе МАО 18 часов)), самостоятельная работа 72 часа. Дисциплина реализуется на втором курсе в четвертом семестре и заканчивается сдачей зачета.

Дисциплина «Финансы» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Статистика», «Маркетинг», «Микроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Территориальный маркетинг», «Логистика запасов», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности».

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

### **1. Финансы как экономическая категория**

Введение в общую теорию финансов. Предпосылки возникновения финансов, этапы формирования и развития. Содержание, сущность и природа финансов, как научной категории, их роль в рыночной экономике. Значение финансов в воспроизводственном процессе. Противоречия финансов.

Основные научные школы и направления отечественной и зарубежной финансовой науки. Финансы, как отношения, не выходящие за рамки распределительного процесса. Взаимосвязь функций денег и функций финансов. Основные и дополнительные функции финансов.

### **2. Финансовая система**

Понятие, состав и структура финансовой системы Российской Федерации. Публичные (централизованные) и частные (децентрализованные) финансы. Характеристика взаимоотношений между элементами финансовой системы.

Взаимосвязь финансов и финансовой политики. Финансовая политика как часть экономической политики государства. Финансовая стратегия и финансовая тактика, их взаимосвязь. Понятие финансового механизма. Директивный и регулирующий финансовый механизм, их взаимодействие. Виды и типы финансовой политики. Реализация финансовой политики государства и хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики.

### 3. Финансы домашних хозяйств

Состав, функции, структура финансов домашних хозяйств. Доходная и расходная часть бюджета домашнего хозяйства, модели управления бюджетом индивида, семьи, домашнего хозяйства. Семейный бизнес и семейная экономика. Финансовая грамотность населения. Финансовые продукты и финансовые ресурсы домашних хозяйств

### 4. Финансы хозяйствующих субъектов

Финансы коммерческих и не коммерческих хозяйствующих субъектов как составные элементы частного (децентрализованного) сектора экономики. Финансовые результаты, финансовый анализ, финансовые рычаги и модель Дюпона. Свободный денежный поток в управлении активами и пассивами хозяйствующих субъектов.

### 5. Государственные и муниципальные финансы

Основные задачи государственных и муниципальных финансов. Принципы формирования и использования местных финансов. Факторы, влияющие на формирование и организацию государственных и муниципальных финансов. Государственные и муниципальные доходы и расходы.

Социальная сущность государственного бюджета, как экономической категории. Структура бюджетного законодательства. Функции государственного бюджета.

Принципы функционирования бюджетной системы Российской Федерации. Бюджетное устройство и бюджетный процесс. Участники бюджетных отношений.

Социально-экономические причины возникновения государственных внебюджетных фондов (ВБФ) в Российской Федерации. Структура, источники формирования, порядок использования.

Содержание, формы, классификация и функции кредитных отношений. Виды и формы государственного и муниципального кредита. Внутренний и внешний государственный долг. Методы управления государственным долгом.

#### 6. Рынок ценных бумаг

Участники и финансовые инструменты рынка ценных бумаг (РЦБ). Регулятор РЦБ Российской Федерации. Инвестиционный анализ ценных бумаг. Формирование финансовых портфелей. Инвестиционные проекты НУИР. Сервис РАММ-счетов.

#### 7. Международные финансы

Содержание и функции международных финансов. Архитектура мировой финансовой системы. Валютная система и международные финансовые институты, и финансовые центры. Формирование международного торгового и платежного баланса.

**Цель** - рассмотрение и изучение общетеоретических основ функционирования финансов и кредита как многогранных объективных экономических категорий, а также изучение всех принципиальных изменений в области реализации финансовых и кредитных отношений на практике.

## **Задачи:**

1. изучение сущности, функций, специфических признаков финансов и кредита, определение их роли и места в системе денежных отношений рыночного хозяйствования;

2. получение комплексного представления о государственных финансах, их роли в регулировании экономики; рассмотрение бюджета как основного звена финансовой системы страны.

3. ознакомление с основами организации финансов предприятий; раскрытие как теоретических, так и практических вопросов управления доходами и расходами предприятия, управления капиталом, оборотными средствами, организации безналичных расчетов и финансового планирования.

Для успешного изучения дисциплины «Финансы» у студента должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

По итогам изучения дисциплины у бакалавра должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>
---------------------------------------	---------------------------------------

ПК-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	Основные финансовые понятия, инструменты, методики и технологии, используемые при анализе, оценке и разработке стратегии в частноправовом секторе экономики
	Умеет	Решать профессиональные задачи, анализировать, разрабатывать и проводить оценку стратегии в частноправовом секторе экономики
	Владеет	Навыками решения профессиональных задач, анализа, разработки и оценки стратегии в частноправовом секторе экономики

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Финансы» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: проведение интерактивных лекций, мозговой штурм, открытой дискуссии, практических заданий (кейс).



## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Эконометрика»

Учебный курс «Эконометрика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО – 18 час.), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе во 4 семестре.

Дисциплина «Эконометрика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Математика», «Математика для экономистов», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», «Маркетинг в социальных медиа».

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

1. Введение в эконометрику. Данные и их предварительная обработка. Корреляционный анализ количественных переменных. Коэффициент детерминации. Коэффициент корреляции. Корреляционное отношение. Корреляционный анализ количественных переменных. Частные и множественный коэффициенты корреляции. Корреляционный анализ порядковых и категоризованных переменных. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Значимость регрессоров и модели.

2. Проблема мультиколлинеарности. Методы устранения. Метод главных компонент. Гетероскедастичность и автокорреляция остатков. Взвешенный и обобщенный МНК. Модели с переменной структурой.

Использование дамми-переменных. Неоднородность данных. Нелинейные модели, поддающиеся непосредственной линеаризации. Процедура Бокса-Кокса. Бинарные результирующие показатели. Логит- и пробит-модели. Прогнозирование динамики экономических показателей.

3. Анализ временных рядов. Тренд. Сезонность. Цикл. Аналитические тренды. Скользящее среднее. Экспоненциально взвешенное скользящее среднее. Сезонность и ее устранение. Модели обработки остатков. ARMA-модели и их идентификация. Учет временных лагов. Модели с распределенными лагами. Модель Койка. Панельные данные. Модель с фиксированными эффектами. Системы одновременных уравнений. Проблема эндогенности. Инструментальные переменные. Введение в оценивание с использованием специализированных статистических пакетов.

**Цель** – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области применения количественных и качественных методов при проведении и представлении результатов прикладных исследований в области торгового дела.

**Задачи:**

- сформировать у студентов единую систему понятий, связанных с получением и обработкой экономических данных, интерпретацией полученных результатов;
- обучить студентов применению эконометрических моделей для адекватного описания сложных экономических процессов и явлений;
- научить экономической интерпретации параметров эконометрических моделей;
- развить у студентов умение оценивать адекватность моделей и сравнивать конкурирующие модели;
- развить навыки использования различных статистических критериев для оценки значимости параметров модели и проверки гипотез о значениях параметров и связях между ними;
- обучить навыкам сбора, обработки и анализа информации,

используемой для оценки параметров эконометрической модели, что оказывает существенное влияние на достоверность и точность модели;

- развить способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу сформировать логические связи с другими предметами, входящими в курс образования;
- обучить базовым навыкам проведения эконометрических расчетов с использованием табличного процессора MS Excel и других программных продуктов.

Для успешного изучения дисциплины «Эконометрика» у обучающихся 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 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 решения профессиональных задач;
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК–1 способность решать стандартные задачи профессиональной	Знает	источники информации, необходимой для проведения исследований, способы работы с зарубежными и отечественными базами

деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Умеет	применять информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач профессиональной деятельности
	Владеет	навыками решения профессиональных задач с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК–2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Знает	методологию проведения количественных и качественных исследований, базовые закономерности и принципы функционирования экономических процессов
	Умеет	описывать наблюдаемые явления и процессы посредством теоретических и эконометрических моделей, трансформировать управленческую проблему в исследовательский вопрос
	Владеет	навыками проведения количественных и качественных исследований, навыками систематизации и анализа полученных данных, подготовки исследовательских отчетов в рамках решения профессиональных проблем

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы логистики»**

Учебный курс «Основы логистики» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Основы логистики» 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 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы логистики» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика для экономистов», «Микроэкономика», «Современные информационные технологии», «Основы проектной деятельности», позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Логистика закупок» «Логистика складирования», «Логистика транспорта», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Управление транспортными системами».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: концептуальные основы и понятийный аппарат логистики, принципы логистического управления, виды логистических систем, и принципы их построения, функциональный комплекс логистики и области ее применения, виды логистических издержек и способы их сокращения и т.д.

**Цель** – 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:**

- изучение принципов логистического управления материальными и информационными потоками на предприятии;
- овладение логистическими подходами и методами для повышения эффективности движения материальных и сопутствующих им информационных потоков;
- выработка навыков выявления, анализа, предупреждения и сокращения логистических затрат, связанных с управлением материальными и информационными потоками в рамках деятельности предприятия;
- формирование у студентов понимания принципов логистического управления к решению задач минимизации всех видов ресурсов, обеспечивающих функционирование материального потока на предприятии.

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

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



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые исследования»**

Учебный курс «Маркетинговые исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к разделу базовой части дисциплин блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения 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 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Статистика», «Микроэкономика», «Макроэкономика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Торговый маркетинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие маркетинговых исследований, виды исследовательских проектов; методы сбора и анализа данных; разработка форм для сбора данных; формирование выборки; 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. На базе подходов, разработанных в социологии, социальной психологии и других смежных дисциплинах рассматривается содержание маркетинговых исследований в управлении предприятием; процесс маркетинговых исследований; сущность маркетинговой информационной системы; методы кабинетных и полевых исследований; методы онлайн-

исследований. Данный курс является необходимым «фундаментом» для понимания таких процессов как маркетинговые коммуникации, поведение потребителей и прочих, что выгодно отличает данную дисциплину от других дисциплин. На основе учебно-методического комплекса дисциплины «Маркетинговые исследования» разработан электронный учебный курс в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ.

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

**Задачи:**

- формирование системного представления о процессе маркетинговых исследований и особенностях функционирования маркетинговой информационной системы;
- научить студентов формированию подхода к маркетинговым исследованиям;
- приобретение навыков проведения поискового, описательного, каузального исследования;
- приобретение навыков проведения предварительного и углубленного анализа данных;
- приобретение навыков формирования отчета об исследовании.

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

- знание функций маркетинга на предприятии;
- знания о выявлении, формировании и удовлетворении потребностей;
- способность участвовать в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

– умение использовать информационные технологии для решения задач в области маркетинга, коммерции, рекламы.

– способность обобщать, анализировать информацию и использовать ее для разработки планов и программ;

– владение навыками применения статистических методов анализа данных.

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

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 (компетенция формируется частично)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• значение маркетинговых исследований в управлении предприятием;</li> <li>• этапы процесса маркетингового исследования;</li> <li>• этапы разработки программы маркетинговых исследований;</li> <li>• виды исследовательских проектов;</li> <li>• формы составления отчета об исследовании;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать программу маркетингового исследования;</li> <li>• разрабатывать подход к маркетинговым исследованиям;</li> <li>• разрабатывать инструментарий для сбора данных;</li> <li>• собирать информацию из вторичных источников;</li> <li>• использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методами проведения маркетинговых исследований;</li> <li>• коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований;</li> <li>• приемами формирования выборки;</li> <li>• методами статистического анализа данных.</li> </ul>
ПК-13 - Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (компетенция	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методы проведения количественных исследований;</li> <li>• методы проведения качественных исследований;</li> <li>• методы статистического анализа данных;</li> <li>• направления исследований факторов внешней среды;</li> <li>• показатели для исследования внешней среды;</li> <li>• методы конкурентного анализа;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить количественные и качественные исследования;</li> <li>• формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней;</li> </ul>

формируется частично)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить предварительный и углубленный анализ данных;</li> <li>• подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам;</li> <li>• отбирать факторы внешней среды для оценки силы воздействия на операторов рынка;</li> <li>• выделять тенденции развития рынков;</li> <li>• проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы;</li> <li>• определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли;</li> <li>• проводить анализ конкурентной среды рынка;</li> <li>• определять угрозы и возможности со стороны внешней среды с учетом сильных и слабых сторон организации;</li> <li>• определять потенциал рынка;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методами изучения поведения потребителей;</li> <li>• оценкой собственных возможностей фирмы, ее потенциала и конкурентоспособности;</li> <li>• тестированием качества товара и его конкурентоспособности, изучения реакции потребителей на новый или модифицированный товар.;</li> <li>• навыками конкурентного анализа для принятия управленческих решений;</li> <li>• навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений.</li> </ul>

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культура торгового обслуживания»**

Учебный курс «Культура торгового обслуживания» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Культура торгового обслуживания» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы коммерческой деятельности», «Конкурентоспособность товаров и организаций».

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

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

### **Задачи:**

– сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для обеспечения высокого уровня

культуры торговли;

- изучить вопросы, связанные с розничной торговлей, ее организацией, структурой, формами продажи и т.д.;
- научить делать выбор рационального типа предприятия для эффективной организации процесса продажи товаров;
- уметь давать оценку и делать выбор различных методов продажи и обслуживания покупателей;
- применять знания Закона «О защите прав потребителей», Правил продажи различных групп товаров.

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

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

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
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	Методы управления ассортиментом, качеством товаров и услуг, методы оценки качества товаров, способы диагностирования дефектов, правила приемки товаров по количеству и качеству, правила хранения товаров для обеспечения уровня качества товаров
	Умеет	Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать качество товаров, диагностировать дефекты, контролировать качество товаров и услуг, вести приемку

		товаров по количеству и качеству
	Владеет	Методами управления ассортиментом товаров и услуг, методами оценки качества товаров, способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемами диагностирования дефектов, методами учета и приемки товаров по количеству и качеству
ПК-8 - готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	требования потребителей к качеству торгового обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина
	Умеет	разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом зале, применять Закон о защите прав потребителей
	Владеет	методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Товароведение потребительских товаров»**

Учебный курс «Товароведение потребительских товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), лабораторные работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Современные информационные технологии», «Основы менеджмента», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Проектная деятельность», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Электронная торговля», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Брендинг», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Логистика производства», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Мерчандайзинг».

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

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



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

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

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

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

**Задачи:**

- раскрыть основные понятия по товароведению; дать представление о систематизации, классификации, ассортименте однородных групп

потребительских товаров;

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

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

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

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

Для успешного изучения дисциплины «Товароведение потребительских товаров» 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;

- 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, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать

с компьютером как со средством управления информацией;

- готовность 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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-технологических 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 потребительских товаров» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), реферат, кроссворд.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Проектная деятельность»**

Учебный курс «Проектная деятельность» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Проектная деятельность» входит в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (6 часов) и самостоятельная работа студентов (426 часов). Дисциплина реализуется на 2, 3, 4 курсах в 3, 4, 5, 6, 7 семестрах.

Дисциплина «Проектная деятельность» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Экономическое и правовое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Основы менеджмента» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Управление продажами», «Ценообразование», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Мерчандайзинг», «Брендинг» и др.

**Цель** - формирование знаний, умений и навыков в области проектной деятельности.

### **Задачи:**

- получение знаний о техниках проектной работы, связанных с определением проблемы, сбором данных и разработкой решений проблем;
- развитие умений использовать полученные знания в разработке управленческих решений, связанных с разработкой и реализацией различных программ и проектов;
- приобретение навыков применения инструментария дизайн-мышления;
- приобретение навыков системного подхода к анализу проблемных ситуаций.

Для успешного освоения дисциплины «Проектная деятельность» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- 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; применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ПК-12</b> - способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	принципы разработки проектов в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий, на основе применения принципов и методов дизайн-мышления, необходимых для своевременного получения качественных результатов проекта, принципов управления проектами на основе гибких фреймворков Скрам и Канбан
	Умеет	разрабатывать проекты в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) на основе идеи, полученной в ходе применения методик дизайн-мышления, разрабатывать бэклог продукта, бэклоги спринтов, управлять проектами на основе гибких фреймворков Скрам и Канбан
	Владет	методами разработки проектами в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы), с использованием информационных технологий, на основе применения принципов и методов дизайн-мышления, гибких фреймворков Скрам и Канбан
<b>ПК-13</b> - готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товаро-ведной)	Знает	принципы реализации проектов в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы), на основе применения принципов и методов дизайн-мышления, гибких фреймворков Скрам и Канбан
	Умеет	реализовывать проекты в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы), , на основе применения принципов и методов дизайн-мышления, гибких фреймворков Скрам и Канбан
	Владет	методами управления проектами в области профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы), на основе применения принципов и методов дизайн-мышления, гибких фреймворков Скрам и Канбан



## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика фирмы»

Учебный курс «Экономика фирмы» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Экономика фирмы» 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 (72 часа, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Экономика фирмы» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика для экономистов», «Микроэкономика» и «Макроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Электронная торговля».

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

Фирма (предприятие) как субъект и объект хозяйствования, производственные ресурсы и капитал фирмы, экономические результаты хозяйственной деятельности фирм, инновационная и инвестиционная деятельность фирмы, экономический механизм системы управления фирмой, особенности внутрифирменного планирования, организация мероприятий по предупреждению несостоятельности (банкротства) фирмы.

**Цель** - научить студентов системе экономических знаний: сущности экономических категорий, методике расчета экономических показателей и их взаимосвязи; методам использования элементов хозяйственного механизма функционирования фирм (предприятий), их использованию в обеспечении производственных процессов; обеспечению стабильности финансового



положения и эффективности функционирования в качестве фирмы; методам и способам стратегического управления фирмой и ее конкурентоспособности на рынке товаров и услуг.

**Задачи:**

- развивать способность к управлению персоналом фирмы с учетом стратегии ее развития;
- научить собирать и обрабатывать данные, необходимые для решения поставленных экономических задач перед фирмой, использовать количественные и качественные методы для проведения исследований в области управления бизнес-процессами;
- научить анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и маркетинговую информацию, содержащуюся в отчетности хозяйственной деятельности фирмы и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- научить разработке инвестиционных проектов и логистических процессов с использованием информационных технологий.

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

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня; способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	Основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия
	Умеет	Рассчитать основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия, сделать выводы, обосновать, разработать и принять управленческое решение
	Владеет	Методами и приёмами расчёта основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия, расчёта, интерпретации и анализа показателей, обоснования выводов, разработки и принятия управленческого решения в
ПК-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	фундаментальные основы стратегического менеджмента, основные виды стратегий по уровням управления и их взаимосвязь, основные виды функциональных стратегий, механизмы разработки, принятия и реализации функциональных стратегий, обеспечения экономической безопасности предприятий и организаций.
	Умеет	проводить анализ экономической безопасности предприятий и организаций и разрабатывать функциональную стратегию экономической безопасности, не противоречащей основной (базовой); подготовить программу по реализации данной стратегии.
	Владеет	инструментами и методами проведения анализа экономической безопасности хозяйствующего субъекта, методами обоснования взаимодействия стратегий различного уровня управления, компьютерными программами.
ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами, методы оценки эффективности прогнозов бизнес-процессов
	Умеет	Производить расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами, оценку эффективности прогнозов бизнес-процессов
	Владеет	Навыками составления расчетов, обоснования их и представления результатов работы в соответствии с принятыми стандартами, оценки эффективности прогнозов бизнес-процессов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономика фирмы» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, ролевая игра, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-дискуссия, круглый стол, тематический семинар.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Мировая экономика»**

Учебный курс «Мировая экономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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 (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Мировая экономика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в дисциплинарные карты мира», «Макроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Таможенное дело», «Международный маркетинг».

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 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	основные понятия, категории и инструменты МЭ и МЭО, законодательную базу и нормативно-законодательные документы РФ, международного права, глобальные проблемы, стоящие перед человечеством и подходы к их решению, методы, методики и инструменты анализа, систематизации и обобщения международной информации
	Умеет	выявить проблемы интеграции российской экономики в мировое хозяйство, определять противоречия в системе современной мировой экономики и МЭО, определить место и роль России в современной мировой экономике и МЭО, изучать и прогнозировать спрос потребителей в соответствии с мировыми тенденциями во внешней торговле
	Владеет	современными методами анализа и обработки мировой информации для определения конъюнктуры товарного рынка, методиками и инструментами экономико-математического анализа, систематизации и обобщения мировой информации

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 «Основы коммерческой деятельности»**

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

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины «Основы коммерческой деятельности» составляет 4 зачетных единицы (144 час.). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Основы логистики», «Культура торгового обслуживания» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Управление маркетингом», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения».

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 управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- изучить требования нормативной документации по организации коммерческих операций в зависимости от внутренних и внешних факторов деятельности предприятия;
- 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	действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы
	Умеет	пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство
	Владеет	методами анализа требований нормативных документов и их применения в коммерческой деятельности предприятия
ПК- 1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и	Знает	особенности управления ассортиментом и качеством товаров

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	Умеет	оценить качество товаров, обеспечить необходимый уровень качества товаров и процесс хранения товаров
	Владеет	методами контроля качества товаров, осуществления управления ассортиментом товаров предприятия
ПК - 2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	особенности организации и управления основными коммерческими процессами (торгово-технологическими, хранения, закупки и сбыта) на предприятии любого типа
	Умеет	осуществить управление основными коммерческими процессами предприятия с целью минимизации затрат и получения прибыли
	Владеет	методами оценки эффективности управления основными коммерческими процессами и операциями с учетом отраслевой специфики предприятия
ПК - 6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение	Знает	основные принципы организации коммерческой деятельности предприятия с целью выбора деловых партнеров для заключения сделок, порядок заключения и исполнения основных договоров
	Умеет	проводить деловые переговоры с партнерами при заключении коммерческих сделок, заключать договора и осуществлять контроль за их выполнением
	Владеет	методами контроля и оценки эффективности заключаемых коммерческих сделок и выполнения договорных обязательств
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	подходы к организации коммерческой деятельности предприятия по закупке и продаже товаров
	Умеет	разрабатывать программу закупки товаров, планировать материально-техническое обеспечение предприятия, организовать продажу товаров с учетом рыночной ситуации
	Владеет	современными методами организации процесса закупки товаров и планирования продажи товаров и услуг

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), метод дискуссии (групповые дискуссии).

**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.

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов МАО), самостоятельная работа студентов (90 часов, в том числе 54 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Мировая экономика», «Экономическое и правовое мышление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Таможенное дело», «Управление продажами», «Мерчандайзинг».

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 к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые,	Знает
Умеет		применять основные инструменты для создания презентации и модели проекта
Владеет		навыками использования современных технологий для реализации идей в сфере проектов профессиональной деятельности

рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий		
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	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

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 «Поведение потребителей»**

Учебный курс «Поведение потребителей» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Поведение потребителей» включена в состав обязательных дисциплин части блока «Вариативная часть».

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, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Поведение потребителей» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Маркетинг» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Мерчандайзинг», «Брендинг», «Таможенное дело», «Электронная торговля», «Управление маркетингом», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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** - формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей поведения потребителей.

**Задачи:**

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос	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



потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Владеет	основами выявления, формирования и удовлетворения потребностей потребителей; методами исследования покупательского поведения и выявления факторов, влияющих на принятие решения о покупке
--	---------	---

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Предпринимательство»**

Учебный курс «Предпринимательство» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

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

Дисциплина «Предпринимательства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое и правовое мышление», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Управление продажами», а также для прохождения производственных практик и написания ВКР.

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» должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- владением навыками использования основных теорий мотивации,

лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

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

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-	Знает	сущность предпринимательства и нормативные акты предпринимательской деятельности; понятие «рыночная возможность» и «бизнес-модель»; методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	Владеет	навыками применения методов оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской

		деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	сущность предпринимательства и нормативные акты предпринимательской деятельности; понятие «рыночная возможность» и «бизнес-модель»; методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	Владеет	навыками применения методов оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-14 Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	понятия «бизнес-планирование», «организация»; «продукт, товар, услуга»
	Умеет	разработать бизнес-план создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
	Владеет	навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) и его оценки
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	сущность предпринимательства и нормативные акты предпринимательской деятельности
	Умеет	применить методы для координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности
	Владеет	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Предпринимательство» 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 «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности»**

Учебный курс «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое и правовое мышление», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Математика для экономистов», «Статистика», «Эконометрика», «Экономика фирмы» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы налогообложения», «Электронная торговля», «Конкурентоспособность товаров и организаций».

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 основ отражения основных хозяйственных операций предприятия на счетах бухгалтерского учета, техники составления бухгалтерского баланса, методов ведения бухгалтерского учета активов и обязательств предприятия, формирование у студентов знаний, навыков и умений в области изучения методик анализа финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской отчетности, практических навыков 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 использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

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

- 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;

- 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и 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	<p>-сущность методов бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, сущность современных технологий, применяемых в процессе финансово-хозяйственной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>-международную и национальную информационную базу и основные методы для проведения финансово-аналитических расчетов на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
	Умеет	<p>-применять современные технологии в бухгалтерском учете в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятия с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>-использовать методы проведения финансово-аналитических расчетов для целей анализа учетных систем хозяйствующих субъектов на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
	Владеет	<p>-методикой отражения хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>-навыками анализа и оценки различных источников информации для проведения экономических расчетов на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>

<p>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</p>	<p>Знает</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-общую характеристику управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей;</li> <li>- понятие инвентаризации и видов потерь, способов отражения ее результатов в системе бухгалтерского учета и способов списания потерь;</li> <li>- основные методы анализа затрат предприятия и способы минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.</li> </ul>
	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-применять методы управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей;</li> <li>- проводить инвентаризацию и определять виды потерь, отражать результаты инвентаризации и списание потерь в системе бухгалтерского учета;</li> <li>- применять основные методы анализа затрат предприятия и способы минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.</li> </ul>
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-умением и навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей;</li> <li>- навыками проведения инвентаризации и определения видов потерь, навыками отражения результатов инвентаризации и списания потерь в системе бухгалтерского учета;</li> <li>- навыками анализа затрат предприятия и выбора способа минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.</li> </ul>
<p>ПК -7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Знает</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- общие требования к организации и планированию материально-технического обеспечения предприятий;</li> <li>-общие требования, предъявляемые к содержанию и оформлению документов на закупку и продажу товаров;</li> <li>- основные методы анализа движения и эффективности использования товарных запасов на предприятии с целью организации и планирования материально-технического обеспечения.</li> </ul>
	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий;</li> <li>-оформлять первичные бухгалтерские документы на закупку и продажу товаров в соответствии с требованиями, предъявляемыми к их содержанию;</li> </ul>

		- использовать методы анализа движения и эффективности использования товарных запасов на предприятии с целью организации и планирования материально-технического обеспечения.
	Владеет	- умением и навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий; - навыками работы с регистрами бухгалтерского учета на закупку и продажу товаров; - навыками анализа и оценки движения и эффективности использования товарных запасов на предприятии с целью организации и планирования материально-технического обеспечения.
ПК -14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	-основные методики отечественного и зарубежного анализа, прогнозирования и оценки бизнес-процессов и их эффективности по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности
	Умеет	-применять методики отечественного и зарубежного анализа, прогнозирования и оценки бизнес-процессов и их эффективности по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности
	Владеет	-навыками отечественного и зарубежного анализа, прогнозирования и оценки бизнес-процессов и их эффективности по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление продажами»**

Учебный курс «Управление продажами» предназначен для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов, в том числе 27 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Управление продажами» основывается на знаниях дисциплины «Поведение потребителей», «Предпринимательство», «Основы менеджмента» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг».

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

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

### **Задачи дисциплины:**

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

– сформировать навыки ведения переговоров и предложения товаров оптовым покупателям.

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-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	субъекты, объекты, механизмы, принципы управления продажами, инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности; подходы к управлению торгово-технологическими процессами на предприятии
	Умеет	управлять торговым ассортиментом, разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности; разрабатывать и регулировать процессы хранения, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов
	Владеет	методами определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, инновационными методами и средствами управления продажами и торговым бизнесом
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение	Знает	методику планирования процесса продажи; виды и методы организации личных продаж

предприятий, закупку и продажу товаров	Умеет	формулировать задачи, связанные с реализацией основных этапов управления продажами; разрабатывать программу продаж, делать презентацию предложения, работать с возражениями
	Владеет	методами предложения товаров, формирования «воронки продаж» и закрытия сделки; методами реализации управленческих функций и принятием решений в области управления продажами

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ценообразование»**

Учебный курс «Ценообразование» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Ценообразование» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин, «Предпринимательство», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Торговый маркетинг».

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

1. Сущность, виды, факторы формирования и порядок расчета цен: цена в современной экономике, задачи и концепции ценообразования; функции цены; факторы формирования рыночных цен; виды, системы цен и порядок их расчёта; себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены; методы калькуляции себестоимости;

2. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности: ценовая политика предприятия и этапы её разработки; сущность и этапы разработки ценовой стратегии; основные виды ценовых стратегий и критерии их выбора; методы ценообразования и условия их выбора; скидки как инструмент ценовой политики; виды ценовых



скидок и их особенности; формирование цен на импортные товары и методы определения их таможенной стоимости; формирование цен на экспортные товары в соответствии с «Инкотермс-2000»; регулирование цен в ходе выполнения контракта; особенности установления цен на транспортные перевозки; особенности установления цен в сфере услуг.

**Цель** – обучение студентов теоретическим и практическим аспектам формирования цен на товары, работы и услуги, управления ими, выбора и применения стратегий и методов ценообразования.

**Задачи:**

- изучение сущности и теории ценообразования, основных подходов к формированию цен;
- рассмотрение видов, условий выбора и порядка разработки стратегии ценообразования;
- анализ методов ценообразования, применяемых на предприятиях, и условий их выбора;
- овладение умением выбрать оптимальный уровень цен в различных рыночных ситуациях;
- овладение навыками оценки последствий принимаемых ценовых решений.

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

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- 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 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.

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

Код и формулирование компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	Основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.)
	Умеет	Рассчитать основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.), сделать выводы, обосновать, разработать и принять управленческое решение в области ценообразования
	Владеет	Методами и приёмами расчёта основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия в области ценообразования (цен в динамике на различные товары, размеров надбавок и скидок, затрат, валовой маржи и прибыли на единицу товара или услуги, рентабельности продаж и продукции, точки безубыточности и цены, обеспечивающей безубыточность и пр.), расчёта, интерпретации и анализа показателей, обоснования выводов,

		разработки и принятия управленческого решения в области ценообразования на основе анализа
--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Ценообразование» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: деловая игра, семинар-дискуссия, семинар-пресс-конференция, метод ситуационного анализа (ситуационные задачи).

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Таможенное дело»**

Учебный курс «Таможенное дело» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Таможенное дело» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Таможенное дело» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы управления персоналом», «Основы логистики» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Территориальный маркетинг», «Международный маркетинг».

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

1. Принципы организации таможенного дела в ЕАЭС и России. Мировая практика регулирования торговли и организации таможенного дела. Мировые институты многостороннего регулирования внешнеэкономических связей и таможенной деятельности. Современная таможенная политика России. Организационная структура и функции таможенных органов России, стран ЕАЭС. Сотрудничество таможенной службы РФ, стран ЕАЭС со странами дальнего и ближнего зарубежья. Таможенно-тарифное регулирование внешней торговли. Понятие таможенного тарифа и тарифного регулирования. Ставки таможенных пошлин, их виды, порядок установления и уплаты в соответствии с ЕТТ ЕАЭС. Тарифные льготы и порядок предоставления тарифных преференций. Товарная номенклатура

внешнеэкономической деятельности и порядок ее использования. Гармонизированная система описания и кодирования товаров. Страна происхождения товара. Основные понятия и определения нетарифных мер регулирования. Экономические и административные НТО. Классификация нетарифных мер регулирования. Лицензирование и квотирование при экспортных и импортных операциях. Применение нетарифных мер государствами-членами ЕАЭС.

2. Понятие и основное назначение таможенной стоимости. Кодекс ГАТТ о методах определения стоимости. Методы и порядок определения таможенной стоимости ввозимых и вывозимых с территории ТС товаров. Декларация таможенной стоимости (форма ДТС-1, ДТС-2). Понятие и виды таможенных платежей: Порядок уплаты таможенных платежей и технология их перечисления в федеральный бюджет. Способы обеспечения ТП. Система льгот в составе таможенных платежей.

3. Общие положения и порядок совершения таможенных операций, связанных с помещением товаров под таможенную процедуру. Таможенное декларирование товаров. Сроки подачи таможенных деклараций (ДТ). Формы и порядок заполнения ДТ. Декларант. Права и обязанности декларанта при совершении таможенных операций. Понятие, назначение и сущность таможенных процедур. Деятельность участников внешнеэкономической деятельности в сфере таможенного дела - таможенный представитель, уполномоченный экономический оператор, таможенный перевозчик. складской бизнес в таможенном деле. Магазин беспошлинной торговли: порядок создания. Особенности правового регулирования вопросов пропуска и декларирования товаров. Ответственность по таможенному делу. Основные направления оперативно-розыскной деятельности таможенных органов. Виды ответственности за правонарушения. Административные нарушения в области таможенного дела. Уголовные преступления в таможенной сфере.

**Цель** – получение бакалаврами теоретических знаний и практических навыков в области осуществления таможенных операций в ЕАЭС и России.

**Задачи:**

- систематизация и закрепление теоретических и практических знаний по осуществлению внешнеторговых и таможенных операций;
- изучение законодательной базы и нормативно-законодательных документов международного и национального регулирования внешнеторговой и таможенной деятельности;
- приобретение навыков аналитического мышления, самостоятельной работы и, в конечном итоге, расширение и углубление профессиональных знаний.

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 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

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	основные понятия, категории и инструменты регулирования таможенной деятельности, законодательную базу и нормативно-законодательные документы международного регулирования внешнеторговой деятельности
	Умеет	применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы таможенного дела в профессиональной деятельности, пользоваться таможенным Кодексом ЕАЭС и ЕАД ЕС, ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать экономические процессы и явления, происходящие в обществе, применять международное законодательство для организации и регулирования таможенной деятельности
	Владеет	современными методами анализа и обработки статей законодательных актов; навыками поиска основных изменений в нормативно-законодательных документах
ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	правила определения страны происхождения товара для их идентификации, Правила интерпретации товаров для описания и кодирования
	Умеет	определять критерии определения товара для их идентификации, определять код товара по ЕТН ВЭД ЕАЭС, идентифицировать товары с использованием ГС описания и кодирования товаров
	Владеет	методикой анализа критерий происхождения товара, методикой расчета весовых коэффициентов для определения критерий достаточного производства и переработки товара

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Таможенное дело» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, деловая игра, проблемное обучение.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **«Электронная торговля»**

Учебный курс «Электронная торговля» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Электронная торговля» включена в состав вариативной части блока «Дисциплина (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы - 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (36 час., в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Электронная торговля» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг», Маркетинг по отраслям и сферам деятельности.

Содержание дисциплины состоит из шести тем и охватывает следующий круг вопросов: современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet.

**Цель** - формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления электронной торговли в Internet и особенностях функционирования российского рынка электронной торговли 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 торговля» 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 профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	<ul style="list-style-type: none"><li>- формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами;</li><li>- уровни представленности предприятий в Интернет;</li><li>- эволюцию моделей комплекса маркетинга;</li><li>- основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов;</li><li>- основные методы шифрования;</li><li>- принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа;</li><li>- правовое регулирование электронной коммерции;</li><li>- основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников;</li><li>- классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет;</li><li>- модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей;</li><li>- модель дистанционного банковского обслуживания;</li><li>- виды систем удаленного управления счетами;</li></ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"><li>- проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки;</li><li>- идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга;</li><li>- анализировать безопасность оплаты</li></ul>

		<p>виртуального магазина;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать рынок карточных продуктов страны;</li> <li>- анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке;</li> <li>- анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе;</li> <li>- навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия;</li> <li>- умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;</li> <li>- навыками управления безопасностью платежей на сайте компании;</li> <li>- навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт;</li> <li>- навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга;</li> <li>- умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;</li> </ul>
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета;</li> <li>- систему адресации Интернет;</li> <li>- содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet;</li> <li>- электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели);</li> <li>- исследовать основные детерминанты электронного рынка страны;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны;</li> <li>- навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.</li> </ul>

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **«Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения»**

Учебный курс «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы - 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (36 час., в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (36 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы коммерческой деятельности», «Основы логистики», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Мерчендайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: управление коммерческой деятельностью предприятия, технологии осуществления основных коммерческих процессов, договорная деятельность, особенности организации франчайзинговой деятельности. Особенности построения и содержание дисциплины определены системным подходом к организации коммерческой деятельности предприятий различных видов деятельности.

**Цель дисциплины** - формирование у студентов знаний о современных концепциях организации и управления коммерческой деятельностью, а также практических навыков ведения коммерческих операций на предприятиях, занятых различными видами предпринимательской деятельности.

### Задачи:

- сформировать умение оценивать эффективность основных коммерческих процессов предприятий разных видов деятельности;
- способствовать развитию навыков планирования и оценки эффективности процессов закупки и продажи товаров;
- сформировать умение обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания в рамках коммерческой деятельности предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой).

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК 7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	особенности проведения коммерческих операций с потребительскими товарами и планирования процессов закупки и продажи
	Умеет	организовать эффективные закупки и сбыт товаров
	Владеет	аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятии
ПК 8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	особенности организации торгового обслуживания на высоком уровне
	Умеет	обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания в рамках коммерческой деятельности предприятия
	Владеет	методами оценки эффективности и уровня торгового обслуживания предприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи, кейс - задачи), метод

проектов (разработка индивидуального проекта, майнд-карта), деловая игра, метод дискуссии (групповые дискуссии).

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Симулятор»**

Учебный курс «Симулятор» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Симулятор» включена в состав вариативной части блока «Обязательные дисциплины».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (16 час.) и самостоятельная работа (128 час. в т.ч. на подготовку к экзамену в 7 семестре – 36 час.). Дисциплина реализуется на 3 и 4 курсах в 6 и 7 семестрах.

Учебный курс «Симулятор» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика для экономистов», «Основы проектной деятельности», «Основы менеджмента», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Статистика», «Экономическое мышление», «Маркетинг», «Проектная деятельность», «Финансы», «Бухгалтерский учет», «Основы управление персоналом», «Товароведение потребительских товаров», «Коммерческая деятельность» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», подготовить студентов к производственной практике и написанию аналитической главы итоговой квалификационной работы.

Дисциплина «Симулятор» представляет собой бизнес-тренажер на платформе on-line игры «SIMFORMER», предназначенной для развития практических бизнес-навыков предпринимателей и руководителей малого и среднего бизнеса. Освоение дисциплины предполагает постепенное усложнение процесса принятия управленческих решений, которое связано с увеличением количества требуемой к анализу информации, а также применяемых инструментов для ее обработки.



Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов, связанных с анализом рынков; стратегическим планированием; маркетингом; организацией продаж; операционным менеджментом; управлением человеческими ресурсами; управлением логистическими цепочками; финансовым менеджментом; разработкой и внедрением инноваций; организацией производства; управление качеством.

**Цель** - дать студентам возможность применить свои знания и получить базовый управленческий опыт и практические бизнес-навыки в условиях безопасной среды на реальных примерах и данных «живого» бизнеса, но без риска потерять собственные деньги.

**Задачи:**

- получить базовые навыки управления собственной компанией – всеми ресурсами и бизнес-процессами, характерными для реального бизнеса;

- на основе анализа потока данных научиться принимать важнейшие стратегические и тактические решения, определяющие развитие компании и ее конкурентоспособность;

- в условиях многопользовательской бизнес-симуляции научиться сотрудничать и конкурировать с экономическими агентами, прочитывать риски и выгоды различных стратегий взаимодействия.

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

- навыки работы в малых группах;
- способность осуществлять поиск и анализ информации;
- способность генерировать совместные управленческие решения;
- способность организовать личную и командную работу в условиях установленных сроков.

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

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

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 (формируется частично)	Знает	Основные операционные бизнес-процессы компании
	Умеет	Планировать комплекс мероприятия в рамках операционных бизнес-процессов компании
	Владеет	Навыками оптимизации операционных бизнес-процессов компании
ПК 7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	Основные принципы планирования снабженческой и сбытовой функций компании
	Умеет	Планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
	Владеет	Навыками организации эффективных продаж и оптимального снабжения
ПК 9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	Формы и методы организации работы группы/команды в целях выработки общей стратегии компании
	Умеет	Декомпозировать общие задачи на подзадачи, выстроить логику реализации этапов общей стратегии организации
	Владеет	Навыками распределения задач между участниками группы на основе оценки их потенциального вклада в реализацию общей стратегии организации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Симулятор» применяются следующие методы активного обучения: пошаговая онлайн бизнес-симуляция с определенной частотой хода, доступная на ПК или ноутбуке с помощью любого веб-браузера.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг в социальных медиа»**

Учебный курс «Маркетинг» в социальных медиа» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинг» входит в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Брендинг», «Управление маркетингом».

Содержание дисциплины включает шесть тем и охватывает следующий круг вопросов: сущность диджитал-маркетинга и содержание социального трека; сущность контент-маркетинга и особенности продвижения в социальных сетях; классификации социальных сетей и их аудиторий; контентная стратегия и процесс ее разработки; особенности продвижения в YouTube, Инстаграм и других социальных сетях.

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

### **Задачи:**

– рассмотреть сущность маркетинга в социальных медиа и его место в диджитал-маркетинге;

- раскрыть возможности использования социальных сетей в деятельности предприятий и проанализировать существующие типы представленности компаний в социальных сетях;
- рассмотреть процесс управления маркетингом в социальных сетях;
- проанализировать технологии и инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

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

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетин-	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность диджитал-маркетинга, основные треки дорожной карты и содержание маркетинга в социальных медиа</li> <li>- типы представленности компаний в социальных сетях и процесс управления маркетингом в социальных медиа</li> <li>- сущность и основные принципы таргетирован-</li> </ul>

<p>говых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>		<p>ной рекламы в социальных сетях</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- модели оплаты и ценообразования в социальных сетях</li> <li>- особенности продвижения в YouTube и Инстаграм</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять основные тенденции развития диджитал-маркетинга и социальных сетей</li> <li>- планировать тип представленности предприятия в социальных сетях и воронку контента (соотношение типов контента)</li> <li>- управлять маркетингом в социальных медиа, отслеживать статистику и оценивать эффективность;</li> <li>- настраивать и размещать таргетированную рекламу в социальных сетях</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками определения тенденций и особенностей развития рынка диджитал-маркетинга страны</li> <li>- навыками управления маркетингом предприятия в социальных сетях</li> <li>- методами и средствами размещения таргетированной рекламы в социальных сетях</li> <li>- навыками разработки рекомендаций по продвижению в социальных сетях</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» применяются такие методы активного/интерактивного обучения как кейс-задачи.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»**

Учебный курс «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (100 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Изучение дисциплины «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Статистика», «Макроэкономика», «Микроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Электронная торговля», «Конкурентоспособность товаров и организаций».

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

1. Введение в инновационное развитие;
2. Формирование и развитие команды;
3. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план;
4. Маркетинг. Оценка рынка;
5. Product development. Разработка продукта;
6. Customer development. Выведение продукта на рынок;
7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности;
8. Трансфер технологий и лицензирование;

9. Создание и развитие стартапа;
10. Коммерческий НИОКР;
11. Инструменты привлечения финансирования;
12. Оценка инвестиционной привлекательности проекта;
13. Риски проекта;
14. Презентация проекта;
15. Инновационная экосистема;
16. Государственная инновационная политика;
17. Итоговая презентация группового проекта (питч-сессия).

**Цель** - формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в сфере экономики, технологического предпринимательства и управления инновационными проектами.

**Задачи:**

– знать: основные теории функционирования инновационной экономики и технологического предпринимательства, принципы организации, управления и оценки инновационной предпринимательской деятельности; меры государственной поддержки инновационной деятельности и развития инновационной экосистемы; основы коммерциализации инноваций и развития высокотехнологического бизнеса.

– уметь: осуществлять планирование и проектирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в форме стартапа, коммерческого контракта, лицензионного договора; формировать проектные команды; выбирать бизнес-модели; проводить анализ рынка и прогнозирование продаж, анализ потребительского поведения, разработку IP-стратегии проекта, оценку эффективности инновационной деятельности, анализ рисков развития компании.

– владеть: приемами работы на рынке коммерциализации высоких технологий с использованием моделей product development и customer development, технологий бережливого стартапа (lean) и гибкого подхода к управлению (agile), технологии разработки финансовой модели проекта,

приемами проведения переговоров с инвесторами и публичных презентаций проектов (питчей).

Для успешного изучения дисциплины «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции (элементы компетенций):

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации.

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) использованием информационных технологий	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• значение маркетинговых исследований в управлении предприятием;</li> <li>• этапы процесса маркетингового исследования;</li> <li>• этапы разработки программы маркетинговых исследований;</li> <li>• виды исследовательских проектов;</li> <li>• формы составления отчета об исследовании;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать программу маркетингового исследования;</li> <li>• разрабатывать подход к маркетинговым исследованиям;</li> <li>• разрабатывать инструментарий для сбора данных;</li> <li>• собирать информацию из вторичных</li> </ul>



		источников; использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методами проведения маркетинговых исследований;</li> <li>• коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований;</li> <li>• приемами формирования выборки;</li> <li>методами статистического анализа данных.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» методы активного/ интерактивного обучения не применяются.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Брендинг»**

Учебный курс «Брендинг» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Брендинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Предпринимательство» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Управление цепями поставок».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: сущность категории «бренд», «товарный знак», «товарная марка», основные характеристики бренда, технология создание брендов, правовые основы брендинга, бренд-менеджмент, система управления брендами: концепции и стратегии, продвижение брендов и управление ими, способы продвижения брендов, капитализация брендов, оценка стоимости бренда, способы оценки стоимости бренда. маркетинговые исследования в брендинге, коммуникационная кампания бренда, концепция интегрированный бренд-коммуникаций, управление лояльности к бренду, брендинг в отраслях и сферах бизнеса, концепция управления брендом.

**Цель** изучения дисциплины - развитие ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентоспособные и охраноспособные торговые

марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

**Задачи:**

1. знание и понимание роли брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b2c и b2b рынках;
2. системные знания типов брендов и их различных ролей в марочном портфеле компании;
3. системные знания теорий и инструментов брендинга;
4. понимание принципов формирования портфелей брендов;
5. умение разрабатывать концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа;
6. знание принципов управления брендами.

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

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 - способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству <i>(формируется частично)</i>	Знает	основные понятия, цели, принципы, объекты, методы, ассортиментные, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие; теоретические основы формирования ассортимента
	Умеет	рационально формировать ассортимент и управлять им, эффективно осуществлять управление ассортиментом и качеством товаров и услуг, диагностировать дефекты; оценивать качество товаров, осуществлять приемку и учет товаров по количеству и качеству
	Владеет	методами управления ассортиментом и оценки качества товаров

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы налогообложения»**

Учебный курс «Основы налогообложения» предназначен для студентов направления подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Учебная дисциплина «Основы налогообложения» 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 18 часов - в интерактивной форме), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Основы налогообложения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое и правовое мышление», «Макроэкономика», «Математика», «Микроэкономика», «Финансы», «Экономика фирмы», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности», «Ценообразование» и позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Управление цепями поставок».

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 налоговые режимы. Направления налоговой политики РФ по совершенствованию

налогообложения на современном этапе. 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, особенности порядка исчисления, уплаты и предоставления отчетности торговыми предприятиями. Налогообложение электронной торговли.

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, особенности исчисления и уплаты, отчетность торговых организаций. Характеристика налогоплательщиков НДФЛ, объекта налогообложения, налоговой базы, налоговых льгот, налоговых ставок и декларирования. Порядок получения налоговых вычетов по НДФЛ. НДФЛ с доходов от торговой предпринимательской деятельности.

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

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

водных биологических ресурсов, водный налог и плата за пользование водными объектами.

6. Специальные налоговые режимы: Понятие и роль УСН, ЕНВД, ЕСХН, патентной системы в стимулировании субъектов малого бизнеса и сельскохозяйственных производителей. Проблемы применения и направления совершенствования. Основные элементы налогообложения. Выбор оптимального налогового режима. Налоговая нагрузка по налогам и сборам в зависимости от вида деятельности налогоплательщика: влияние на конкурентоспособность товаров и организаций.

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

**Задачи:**

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

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

- научить студентов рассчитывать налоговую нагрузку организации и физического лица и осуществлять выбор оптимального режима налогообложения.

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

- 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

- готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

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

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

<i>Код и формулировка компетенции</i>	<i>Этапы формирования компетенции</i>	
ОПК - 3 - умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	<i>Знает</i>	Состав и структуру, порядок принятия и введения в действие законодательных актов РФ, ответственность за нарушения налогового законодательства.
	<i>Умеет</i>	Самостоятельно работать с <u>бюджетно</u> – налоговым законодательством РФ, как на бумажных носителях, так и в электронном виде (использование ресурсов сети Internet).
	<i>Владеет</i>	Методиками анализа, обработки и учета данных об объектах налогообложения, налоговой базе, льготах и других элементах налога.
ПК - 13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<i>Знает</i>	Основы ведения проектной деятельности в привязке к особенностям коммерческой торговой деятельности и механизм реализации проектов с акцентом на значение налоговой составляющей в этом процессе.
	<i>Умеет</i>	Осуществлять расчёты налогов, сборов и других обязательных платежей при определении основных экономических показателей проекта, определить влияние налоговых обязательств на основные финансовые показатели.
	<i>Владеет</i>	Навыками расчётов налогов, при выборе систем налогообложения предлагаемых проектов в торговой деятельности.



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

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций»**

Учебный курс «Конкурентоспособность товаров и организаций» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Конкурентоспособность товаров и организаций» относится к разделу вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов), самостоятельная работа студентов (88 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Конкурентоспособность товаров и организаций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинговые исследования», «Статистика», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Международный маркетинг», и позволяет подготовить студента к прохождению преддипломной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие конкурентных преимуществ и их источники; этапы проведения оценки конкурентоспособности предприятия; показатели конкурентоспособности; факторы, влияющие на конкурентоспособность товара и предприятия; методы, используемые для определения единичных и комплексного показателя конкурентоспособности. Практические ситуации разработаны с учетом специфики деятельности региональных компаний и компаний Азиатско-тихоокеанского региона. На базе подходов, разработанных в социологии, социальной психологии и других смежных дисциплинах рассматривается содержание вопроса конкурентоспособности товаров и организаций. Данный курс является необходимым «фундаментом» для понимания таких процессов как маркетинговые коммуникации, поведение потребителей и прочих, что выгодно отличает данную дисциплину от других дисциплин.

**Цель** - теоретическая подготовка студентов в области практического применения технологиями формирования и методами оценки конкурентоспособности товаров и организаций для определения и решения маркетинговых проблем предприятия.

**Задачи:**

1. определение предмета и профессионального поля «Конкурентоспособности товаров и организаций»;
2. умение проводить ситуационный анализ внешней и внутренней среды предприятия;
3. владение методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций
4. выявление и оценка устойчивых конкурентных преимуществ предприятий;
5. владение современными способами управления конкурентными преимуществами
6. формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Для успешного изучения дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- факторы конкурентоспособности товаров, ассортимента и предприятий;</li> <li>- этапы проведения оценки конкурентоспособности товаров и организаций</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы оценки конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- диагностировать дефекты, оценивать уровень качества товаров</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- навыками осуществления контроля качества товаров и услуг</li> </ul>
ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды конкурентных преимуществ предприятий;</li> <li>- подходы, применяемые при анализе конкурентоспособности объекта;</li> <li>- возможности применения результатов анализа конкурентоспособности предприятия для разработки стратегии организации.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять устойчивые конкурентные преимущества предприятий;</li> <li>- применять методы анализа, оценки конкурентных преимуществ;</li> <li>- оценивать рыночную ситуацию и устойчивые конкурентные преимущества предприятия;</li> <li>- применять результаты анализа для разработки стратегии организации;</li> <li>- определять цели предприятий и разрабатывать стратегический план по их достижению</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умениями выбора стратегий маркетинга, принятия решений на основе оценки конкурентоспособности товаров и организаций</li> <li>- методами конкурентного анализа</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловая игра, ситуационные задачи (кейс-стади), семинар-дискуссия, составление интеллект-карт.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика закупок»**

Учебный курс «Логистика закупок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов) и самостоятельная работа (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Логистика закупок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика для экономистов», «Микроэкономика», «Маркетинг», «Основы логистики», «Культура торгового обслуживания», «Товароведение потребительских товаров», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика распределения», «Логистика складирования», «Логистика транспорта», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Управление цепями поставок», «Управление транспортными системами».

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

**Цель** изучения дисциплины состоит в том, чтобы вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными и информационными потоками в сфере организации закупочной деятельности предприятия.

**Задачи:**

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

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

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

- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

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

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

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

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



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые коммуникации»**

Учебный курс «Маркетинговые коммуникации» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» включена в состав вариативной части дисциплин 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 (108 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Современные информационные технологии», «Основы менеджмента», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Маркетинговое управление», «Управление маркетингом», «Международный маркетинг», «Управление продажами», «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг».

Особенностью данного курса является оригинальный подход к изложению лекционного материала с включением лучших маркетинговых практик в области продвижения российских и зарубежных компаний.

Содержание дисциплины состоит из 6 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 классификация 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.

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.

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 профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК–3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос 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

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика складирования»**

Учебный курс «Логистика складирования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Логистика складирования» 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) и самостоятельная работа (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика складирования» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Экономика фирмы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Логистика закупок» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика запасов», «Логистика транспорта», «Мерчандайзинг», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Управление транспортными системами».

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

**Цель** – вооружить студентов-выпускников знаниями, навыками и методами управления материальными и сопутствующими информационными и финансовыми потоками в сфере организации складской деятельности торговых предприятий с целью оптимизации складских бизнес-процессов и сокращения логистических затрат.

**Задачи:**

- освоение студентами логистических принципов управления материальными потоками, проходящими через складскую сеть, складское хозяйство и склад.
- изучение проблем и задач эффективного функционирования складов.
- изучение принципов оптимального размещения и хранения товаров на складе.
- овладение логистическими подходами и методами рационализации складских процессов и оптимизации складских затрат.

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

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

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

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

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

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

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

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление маркетингом»**

Учебный курс «Управление маркетингом» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Управление маркетингом» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (Модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы – 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (72 часа, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Управление маркетингом» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Основы менеджмента», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Электронная торговля», «Управление продажами» и «Брендинг».

Содержание дисциплины состоит из одиннадцати тем и охватывает широкий 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, сбытом, ценообразованием, продвижением; маркетинговое планирование; организация службы маркетинга на предприятии.

**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 предварительные компетенции на следующих уровнях

*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 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"> <li>- основные понятия в области управления маркетингом</li> <li>- процесс управления маркетингом организации</li> <li>- сущность маркетингового планирования</li> <li>- сущность стратегического анализа</li> <li>- систему стратегий предприятия</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия</li> <li>- принимать всесторонне обоснованные управленческие решения в области маркетинговой деятельности</li> <li>- разрабатывать программу маркетинга для предприятия</li> <li>- осуществлять все виды контроля и аудита в сфере маркетинга</li> <li>- анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности</li> <li>- осуществлять стратегический анализ</li> <li>- определять стратегии маркетинга на корпоративном уровне</li> <li>- определять стратегии маркетинга на инструментальном уровне</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования маркетинговой деятельности</li> <li>- инструментами стратегического анализа</li> <li>- методами и средствами разработки стратегий организации</li> </ul>

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 «Логистика запасов»**

Учебный курс «Логистика запасов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Логистика запасов» 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) и самостоятельная работа (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика запасов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Экономика фирмы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Логистика закупок», «Логистика распределения», «Логистика складирования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление транспортными системами».

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

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

**Задачи:**

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

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

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 - готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные задачи логистики применительно к управлению запасами товаров на предприятии;</li> <li>- системы и методы управления запасами;</li> <li>- методы прогнозирования запасов товаров;</li> <li>- методы закупки для пополнения запасов товаров;</li> <li>- концепции-технологии управления запасами товаров;</li> <li>- этапы проектирования системы управления запасами;</li> <li>- алгоритм управления запасами товаров;</li> <li>- направления оптимизации логистических затрат, связанных с формированием и содержанием запасов.</li> <li>- способы минимизации и логистической оптимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, связанных с запасами товаров</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изыскивать оптимальные логистические системы управления запасами товаров,</li> <li>- управлять товарными запасами на предприятии,</li> <li>- регулировать процессы хранения запасов;</li> <li>- определять потребность в текущих и страховых запасах товаров;</li> <li>- применять методы прогнозирования запасов;</li> <li>- производить расчет оптимальной потребности в запасах товаров;</li> <li>- выявлять непроизводительные логистические затраты, связанные с формированием и содержанием запасов;</li> <li>- обосновывать причины возникновения неликвидных запасов, принимать меры к их предупреждению и сокращению</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью управлять логистическими процессами, связанными с запасами товаров;</li> <li>- методами управления и анализа состояния запасов;</li> <li>- способами выявления, анализа и сокращения медленно-реализуемых и неликвидных запасов;</li> <li>- методами минимизации затрат материальных и трудовых</li> </ul>

		ресурсов в области управления запасами; - методами определения потребности в текущих и страховых запасах товаров; - методами прогнозирования запасов товаров; - методами расчета оптимальной потребности в запасах товаров. - способностью применять информационные системы и технологии по управлению запасами товаров
--	--	---

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международный маркетинг»**

Учебный курс «Международный маркетинг» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоёмкость 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 на подготовку к экзамену 27 час.). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Международный маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг инноваций», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: комплекс маркетинга компании на международном рынке, исследования международного рынка, комплекс маркетинговых коммуникаций на международном рынке, международный маркетинг компании и обоснование выбора системы товародвижения в рамках эффективной товарной стратегии.

**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:**

- Формирование у студентов системы теоретических знаний и умения их использовать в практической деятельности по исследованию мировых товарных рынков.
- Формирование у студентов системы знаний в области управления ассортиментом, сбытом, коммуникациями компании и умения их использовать.

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

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- 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 профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ПК-3</b> - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретические основы маркетинговых исследований и маркетинговых коммуникаций;</li> <li>• маркетинговые понятия - спрос, нужда, потребности и т.п.,</li> <li>• современные методы анализа маркетинговой информации;</li> <li>• особенности маркетинговых коммуникаций на внешних рынках;</li> <li>• мировые тенденции конъюнктуры товарного рынка</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• выявлять потребности и предпочтения покупателей, используя современные информационно-коммуникационные методы исследований</li> <li>• формировать стратегии международных</li> </ul>



информацию, конъюнктуру международного товарного рынка		<p>маркетинговых коммуникаций</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели изучения и прогнозирования спроса</li> <li>• обосновать выбор системы товародвижения в рамках эффективной международной товарной стратегии</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методиками оценки формирования информационного обеспечения и технологий для формирования стратегии выхода компании на международные рынки</li> <li>• методиками проектной деятельности и бизнес-анализа в условиях рыночной экономики;</li> <li>• инструментами международных маркетинговых коммуникаций</li> <li>• методиками кросс-культурных компетентностных подходов для анализа конъюнктуры товарного рынка и удовлетворения потребностей потребителей</li> </ul>

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление цепями поставок»**

Учебный курс «Управление цепями поставок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов) и самостоятельная работа (124 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Управление цепями поставок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика производства», «Логистика распределения», «Логистика запасов», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», и позволяет подготовить студентов к прохождению преддипломной практики и написанию выпускной квалификационной работы.

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

**Цель** – сформировать у студентов необходимые знания и навыки в области планирования, организации и контроля деятельности интегрированных цепей поставок на основе логистической концепции.

**Задачи:**

- формирование у студентов понимания сущности интеграции процессов в цепях поставок.
- овладение способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические цепи поставок.
- формирование умения выбирать логистическую стратегию, а также формы и средства ее реализации в условиях глобализации экономических процессов.
- приобретение практических навыков и приемов разработки показателей (KPI) эффективности функционирования цепи поставок.

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

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку

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

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

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

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление цепями поставок» применяются следующие методы

активного/интерактивного обучения: кейс-задачи, тесты, семинар-дискуссия, семинар-пресс-конференция, логистические групповые задания на построение денотатного графа.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Торговый маркетинг»**

Учебный курс «Торговый маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов), самостоятельная работа студентов (124 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Торговый маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к прохождению преддипломной практики и написанию выпускной квалификационной работы.

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

1. Эволюция понятия торговый маркетинг (зарубежный и российский опыт). Тенденции и факторы, влияющие на необходимость усиления маркетинговой активности в коммерческой деятельности предприятий.

2. Современное отношение и место трейд-маркетинга в компаниях. Возможные структурные схемы взаимодействия отдела/специалиста по трейд-маркетингу с другими отделами/специалистами.

3. Постановка целей и задач деятельности, подчиненность, определение сферы ответственности и структуры коммуникаций – пересекающиеся связи, коммуникации и система «соподчинения» по проектам: информация об особенностях продаж в разных каналах, взаимоотношений с разными типами клиентов, особенно Ключевыми

клиентами в каждом канале; разработка плановграмм – схем выкладки продукции, POS-материалов и торгового оборудования соответственно единой креативной концепции продвижения, особенностям продукта и т.п.

4. Определение моделей поведения покупателей в торговых точках. Классификация форматов торговых точек (российский и зарубежный опыт). Алгоритм взаимоотношений с торговым представителями.

5. Общие принципы управления визуализацией товара в торговой точке; создание уникальных стандартов презентации товара для компании; распространение культуры мерчендайзинга. Методы коммуникации в период программы. Торговый PR, онлайн-, директ-маркетинг.

6. Виды корпоративного продвижения: развитие отношений с ключевыми клиентами (скидки, бонусы); развитие бизнеса клиента, совместных программ (MDF - фонды); оптовые промо-акции (прямые и «транслируемые»); информирование и обучение торгового персонала клиентов (семинары и тренинги по продукции, презентации и демонстрации товара).

7. Методики оценки эффективности ТМ-акции: измерение дополнительных продаж, соотнесение дополнительных продаж с инвестициями в проект; использование формулы ROI: Определение доли затрат в дополнительном товарообороте.

**Цель** - сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания особенностей маркетинговой деятельности в торговле.

**Задачи:**

- изучить развитие технологий продаж в их историческом контексте;
- сформировать представление о месте продаж в маркетинге и маркетинговой структур;
- развить навыки анализа различных типов покупателей и организации процесса продаж в соответствии с моделями покупательского поведения;
- подготовить к процессу персональных продаж.

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

- умение организовывать и проводить торговые презентации;
- умение вести переговоры в процессе продажи;
- умение применять инструменты мерчендайзинга, планирования и координация работы торгового персонала;
- умение применять инструментарий ATL и BTL-маркетинга.

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК - 7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	особенности проведения коммерческих операций с потребительскими товарами и планирования процессов закупки и продажи
	Умеет	организовать эффективные закупки и сбыт товаров
	Владеет	аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятии
ПК - 12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	подходы к разработке проектов профессиональной деятельности в области маркетинговых технологий с использованием информационных ресурсов
	Умеет	разрабатывать проекты на основе маркетинговой информации для принятия эффективных управленческих решений
	Владеет	навыками поиска и использования информации, необходимой для осуществления анализа хозяйственной деятельности предприятий на основе маркетинговых технологий
ПК - 13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной	Знает	способы реализации проектов в области коммерческой деятельности на основе маркетинга
	Умеет	разрабатывать самостоятельные проектные решения в области маркетинговых коммуникаций
	Владеет	навыками принятия маркетинговых



деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)		управленческих решений в проектной деятельности
---	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Торговый маркетинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, кейс-задача.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика производства»**

Учебный курс «Логистика производства» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Логистика производства» 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 (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Логистика производства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Основы проектной деятельности», «Современные информационные технологии», «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Экономика фирмы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика складирования», «Логистика транспорта», «Логистика распределения», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление транспортными системами».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: основные положения логистики производства, типы производств и их особенности, отличие логистической концепции организации производства от логистической, требования к организации управления материальными потоками на производстве, концепции-технологии, применяемые на производстве, законы оптимизации производственных процессов и др.

**Цель** – сформировать у студентов систему теоретических знаний и навыков управления материальными и информационными потоками на производственных предприятиях.

**Задачи:**

- ознакомить с общими принципами работы логистов в сфере производства;
- сформировать способность осуществлять управление производственной деятельностью предприятия и сокращать затраты на ее осуществление;
- научить повышать организованность и эффективность процессов производства;
- научить обеспечивать непрерывную загрузку рабочих мест и производственных участков;
- научить выявлять проблемы деятельности производственного предприятия, «узкие места» и сбои в логистической цепи и принимать правильные логистические решения;
- сформировать способность выявлять, анализировать, сокращать и предупреждать возникновение непроизводительных логистических затрат;
- научить обеспечивать своевременную и комплектную поставку готовой продукции потребителям в соответствии с хозяйственными договорами.

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

- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с

применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

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

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

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

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

- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- задачи и функции логистики на производственных предприятиях;</li> <li>- отличие традиционной концепции организации производства от логистической;</li> <li>- основные положения логистики производства;</li> <li>- виды концепций-технологий, применяемых в логистических производственных подсистемах;</li> <li>- законы оптимизации производственных процессов</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять план материально-технического снабжения производства;</li> <li>- использовать основные положения логистики производства;</li> <li>- выявлять, сокращать и предупреждать различного</li> </ul>

		рода потери на производстве; - организовать эффективное управление материальными потоками на производстве
	Владеет	- способностью использовать принципы оптимизации логистических процессов на производстве - способностью оперативно планировать и управлять материальными потоками на производстве; - способностью внедрять логистические концепции-технологии в деятельность предприятий

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Территориальный маркетинг»**

Учебный курс «Территориальный маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. 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 «Территориальный маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Финансы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Торговый маркетинг», «Таможенное дело».

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

1. Территориальный маркетинг, цель территориального маркетинга, 4 «кита» маркетинга территорий. Основные субъекты маркетинга территорий: производители территориального продукта (товаров, услуг, условий проживания и хозяйствования), его потребители (покупатели, пользователи) и посредники. Основой регионального маркетинга является планомерное и системное изучение состояния и тенденций развития территорий с целью принятия рациональных решений.

2. Комплекс средств территориального маркетинга. Территориальный продукт. Цена» территориального продукта. Место расположения территориального продукта. Продвижение продукта. Элементы внутренней среды территории. Первая составляющая внутренней среды территории. Природные ресурсы.

3. Имидж территории, ее репутация в отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругах становятся основополагающими факторами продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов, важнейшим конкурентным ресурсом для налаживания партнерских отношений. Целевые группы (рынки), «потребители территорий» могут быть классифицированы по ряду признаков, критериев.

4. Предмет маркетинговых исследований. Структура проведения маркетингового исследования территории. Конкурентоспособность региона. Оценка конкурентоспособности региона. Структурные методы оценки уровня социально-экономического развития. Оценка эффективности использования социально-экономического потенциала региона. Теоретический интерес и практическое значение имеет разграничение понятий «имидж» и «бренд» и «репутация» территории. Бренд вообще – это исключительно положительная разновидность продвинутого, ярко выраженного имиджа.

5. Потребители благ, ресурсов территории могут быть сгруппированы. Сегмент - совокупность потребителей, которая имеет однотипную реакцию на предлагаемый продукт и другие элементы комплекса маркетинга. Позиционирование - это разработка и создание имиджа территории таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения территорий-конкурентов.

6. Маркетинг имиджа. Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала. С учетом деловых стратегий развития территории разрабатываются и

реализуются функциональные стратегии. Функциональные стратегии – это стратегии, которые разрабатываются функциональными отделами и службами предприятия на основе деловых стратегий. Целью функциональной стратегии является распределение ресурсов отдела (службы), поиск эффективного поведения функционального подразделения в рамках общей стратегии предприятия.

**Цель** - развить у студентов видение сложного территориально-хозяйственного объекта управления как предмета продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками, навыками формирования комплекса маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью.

**Задачи:**

- сформировать у студентов систему анализа, сущности, функций и принципов территориального маркетинга;
- формирование представления об активных методах воздействия на рынок;
- изучение приемов и методов маркетинговой ориентации в организации производства и других сфер деятельности;
- приобретение навыков обоснования управленческих решений и применения своих знаний к конкретной экономической ситуации региона или территории;
- формирование у обучающихся четкого представления о маркетинге как о концепции управления и целостной системе организации государственного и муниципального управления.

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

- готовность выявлять и удовлетворять потребности клиентов, а также формировать потребности с помощью средств маркетинговой коммуникации;



- способность изучать и предсказывать потребительский спрос, анализировать маркетинговую информацию.

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"> <li>- подходы к оценке и анализу внешней среды;</li> <li>- способы выявления и удовлетворения потребности покупателей территорий;</li> <li>- формировать потребности с помощью территориального маркетинга</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать поведение потребителей различных территорий,</li> <li>- проводить анализ факторов, влияющих на оценку привлекательности территории.</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами исследования потребителей территории,</li> <li>- методами анализа конкурентной среды,</li> <li>- навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики,</li> <li>- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей для формирования программы продвижения территории,</li> <li>- навыками самостоятельной разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории, координации усилий всех субъектов территориального маркетинга.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Территориальный маркетинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловые игры; интерактивные лекции.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **«Логистика распределения»**

Учебный курс «Логистика распределения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Логистика распределения» 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 (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика распределения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Проектная деятельность», «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Экономика фирмы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Логистика закупок» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика транспорта», «Мерчандайзинг», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Управление транспортными системами».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: типы и структура сети распределения, особенности типов оптовых посредников в системе распределения товаров, оптимизация процедуры управления заказами, пути сокращения времени полного цикла заказа, критерии оценки эффективности логистических цепей распределения, алгоритм проектирования (реорганизации) сети распределения, выбор оптимального канала распределения и логистической цепи.

**Цель** – сформировать у студентов систему теоретических знаний и навыков управления процессами распределения готовой продукции, а так же управления материальными и информационными потоками в рамках производственных и торговых предприятий.

**Задачи:**

- ознакомить с общими принципами работы логистов в сфере распределения;
- сформировать способность осуществлять управление распределительной деятельностью предприятия и сокращать затраты на ее осуществление;
- сформировать способность управлять распределением (дистрибуцией) товаров, оптимизировать затраты при их распределении;
- научить выявлять проблемы деятельности предприятия, «узкие места» и сбои в логистической цепи и принимать правильные логистические решения;
- выстраивать логистические цепи и управлять ими в процессе товародвижения;
- сформировать способность выявлять, анализировать, сокращать и предупреждать возникновение непроизводительных логистических затрат.

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

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- типы и структуру сети распределения;</li> <li>- особенности типов оптовых посредников;</li> <li>- процедуру управления заказами;</li> <li>- пути сокращения времени полного цикла заказа;</li> <li>- критерии оценки эффективности логистических цепей распределения;</li> <li>- алгоритм проектирования (реорганизации) сети распределения;</li> <li>- виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых в системах распределения.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проектировать сети распределения на основе имеющихся ресурсов;</li> <li>- проводить анализ систем распределения;</li> <li>- организовать взаимодействие отделов компании при обработке заказов;</li> <li>- формировать систему логистического сервиса;</li> <li>- сокращать издержки в сети распределения</li> </ul>

	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью управлять логистическими процессами в логистических системах распределения</li> <li>- способностью применять информационно-коммуникационные технологии для решения задач профессиональной деятельности в логистических системах распределения;</li> <li>- способами сокращения и предупреждения логистических издержек в системе распределения товаров</li> </ul>
--	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика распределения» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы-задачи, семинары-дискуссии, задания на мышление под прямым углом, деловая игра.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг инноваций»**

Учебный курс «Маркетинг инноваций» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинг инноваций» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. 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 «Маркетинг инноваций» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Основы менеджмента», «Маркетинговые исследования», «Культура торгового обслуживания» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Мерчандайзинг», «Брендинг», «Электронная торговля», «Логистика запасов».

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

1. Необходимость и актуальность внедрения инструментов инновационного маркетинга. Общие и отличительные черты маркетинга, ориентированного на инновации. Функции инновационного маркетинга. Цель, задачи инновационного маркетинга. Изменчивость и неопределенность внешнего окружения. Инновационные изменения внешней среды. Взаимосвязь удовлетворенности потребителя с качеством товара (услуги).

2. Маркетинговые исследования, ориентированные на создание инновационных продуктов. Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Информационное обеспечение инновационного маркетинга: источники информации, роль вторичной информации. Основные

направления рыночных исследований: рынок, конкуренты, потребители, товары, цены, каналы распределения, маркетинговые коммуникации. Поиск решений на усиление инновационной внутренней составляющей деятельности компании. Исследование процесса приобретения инновационного товара на потребительских рынках. Процесс покупки инновационного товара производственного назначения. Связь удовлетворенности и лояльности.

3. Мероприятия целевого маркетинга. Сегментирование рынка, сегмент, рыночная ниша, целевой сегмент. Основные признаки сегментирования потребительских товаров. Основные признаки сегментирования товаров производственного назначения. Правила перехода от сегмента рынка к целевому сегменту. Понятие и цели позиционирования, основания для позиционирования с учетом повышения потребительской ценности. Конкурентное позиционирование компании, позиционирование товара или торговой марки. Ошибки позиционирования.

4. Принятие решений на инструментальном уровне (продукт, цена, продвижение, коммуникации) Стратегическая роль инноваций (элементы инновации, притягиваемые рынком и проталкиваемые технологиями инновации). Организация процесса разработки новых товаров. Восприятие цены покупателем. Методы ценообразования инновационных товаров. Факторы, влияющие на установление цен инновационных товаров. Экономическая роль каналов сбыта. Альтернативные структуры каналов сбыта. Факторы, влияющие на структуру канала сбыта инновационного товара. Вертикальные маркетинговые системы. Продвижение инновационных продуктов

5. Управление инновационной маркетинговой деятельностью

Понятие, виды маркетинговых программ. Процесс разработки маркетинговой программы инновационного товара.

**Цель** - подготовить бакалавров к выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинга, в узком смысле научить студентов

«понимать» потребителей, бизнес среду, государственные структуры, внутренний персонал компании и проч. и умело воздействовать на них в интересах как фирмы, так и общества в целом.

**Задачи:**

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути маркетинговой деятельности и способов интеграции элементов маркетинга в систему управления компанией в условиях активного внедрения инноваций.

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

- способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;
- готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
- способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

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	подходы к оценке и анализу внешней среды
	Умеет	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка
	Владеет	методами исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики



Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг инноваций» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловые игры; интерактивные лекции, кейсы.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление транспортными системами»**

Учебный курс «Управление транспортными системами» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов), самостоятельная работа (88 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Управление транспортными системами» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин как «Логистика закупок», «Логистика производства», «Логистика распределения», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Логистика транспорта» и позволяет подготовить студента к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: управление транспортными системами в составе логистических комплексов на основе организационной, технологической, финансовой и информационной интеграции, значимость интеллектуальной составляющей транспортного обслуживания, роль транспортных экспедиторов, действующих как посредники или организаторы транспортного процесса, понятие провайдеров комплексных транспортных и логистических услуг - организаторов процесса товародвижения.

**Цель** - вооружить студентов знаниями и навыками адаптации транспортных сервисов к требованиям цепей поставок, интеграции транспортных структур в логистические системы.

### **Задачи:**

- знать теорию управления транспортными системами, современные способы и технологии доставки товаров, элементы международного опыта в этой сфере;

- уметь применять на практике знания теории управления транспортными системами, производить расчеты, связанные с выбором характеристик транспортных систем;

- обладать навыками выявления возможностей оптимизации затрат в международных и российских транспортных системах.

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

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

- способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

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

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
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	роль транспорта в современной экономике и в логистике; особенности управления транспортными системами; основные технологические и экономические принципы функционирования транспорта; особенности отдельных видов транспорта и место их услуг в логистических системах и цепях поставок; принципы организации интермодальных перевозок; элементы международного опыта транспортного обеспечения логистики; основные характеристики и особенности транспортной системы России
	Умеет	анализировать состояние и тенденции развития транспортных систем; выявлять основные проблемы и «узкие места» в их работе; определять возможные пути повышения эффективности транспортировки;

		обосновывать решения по выбору транспортных средств и технологий; ориентироваться в услугах, предлагаемых транспортными операторами; применять положения нормативных правовых актов, связанных с транспортировкой
	Владеет	базовой транспортной терминологией; навыками определения требований к транспортному обеспечению логистики; методами выполнения элементарных расчетов, связанных с транспортировкой; подходами к организации государственно-частного партнерства на транспорте; навыками работы с транспортными документами; принципами устойчивого развития и «зеленой логистики» в их применении к транспортным системам.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление транспортными системами» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: кейсы, метод ситуационного анализа (разноуровневые ситуационные логистические задачи).

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности»**

Учебный курс «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» входит в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Учебным планом по данной дисциплине предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов), самостоятельная работа (88 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Торговый маркетинг», «Территориальный маркетинг» и позволяет подготовить студентов к прохождению преддипломной практики.

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

1. Маркетинг в сфере услуг: понятие маркетинга и основные цели маркетинговой деятельности, современные тенденции развития маркетинга, виды маркетинга в зависимости от вида осуществляемой экономической деятельности: маркетинг услуг, производственный маркетинг, маркетинг в сфере обращения и некоммерческий маркетинг; применение Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД)

Природа услуг и их классификация, отличительные черты услуг и их маркетинговое значение, особенности комплекса маркетинга в сфере услуг, основные задачи, решаемые предприятиями сферы услуг.

Понятие и особенности туристского маркетинга, структура рынка туристских услуг, основные тенденции развития туристских услуг, уровень развития туризма в Приморском крае.

Понятие гостиничных услуг, классификация гостиничных объектов, особенности маркетинга гостиничного хозяйства, комплекс маркетинга гостиничного объекта.

Содержание и функции маркетинга образовательных услуг, субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции, маркетинговая среда образовательного учреждения, сегментирование рынка образовательных услуг.

Особенности оказания страховых услуг, основные принципы и задачи маркетинга в страховании, управление маркетингом страховой организации.

2. Маркетинг в сфере производства: содержание и сфера применения промышленного маркетинга, специфика маркетинга промышленных товаров. маркетинговая среда промышленного предприятия, особенности комплекса маркетинга на предприятиях отраслей промышленности, организация закупок товаров промышленного назначения, сегментирование рынка промышленной продукции, маркетинговые стратегии на промышленном предприятии.

3. Маркетинг в сфере обращения: функции маркетинга в сфере обращения, понятие и функции оптовой торговли, особенности маркетинга и комплекс маркетинга оптового торгового предприятия, формы организации розничной торговли, особенности маркетинга и комплекс маркетинга розничного торгового предприятия.

4. Некоммерческий маркетинг: понятие и сущность некоммерческого маркетинга, основные виды некоммерческого маркетинга, маркетинговая среда некоммерческих субъектов в России, особенности комплекса маркетинга некоммерческих субъектов.

**Цель** – подготовить студентов к выработке и внедрению эффективных стратегических и тактических маркетинговых решений в различных отраслях и сферах деятельности.

Формирование системы профессиональных знаний и умений по вопросам маркетинговых исследований рынка, привитие студентам навыков принятия обоснованных планово-управленческих маркетинговых решений с учетом видов экономической деятельности.

**Задачи:**

- рассмотреть сущность важнейших понятий, лежащих в основе таких видов экономической деятельности, как: туристские услуги, страховые услуги, образовательные услуги и т.д.; промышленное производство; оптовая и розничная торговля; некоммерческие виды деятельности.

- четко определить логическую связь ключевых понятий, образующих ядро маркетинга по отраслям и сферам деятельности;

- исследовать процессы, происходящие в структуре маркетинга по отраслям и сферам деятельности с целью их организованного использования в будущем;

- изучить теоретические основы и научиться практически использовать принципы и методы разработки и проведения маркетинговых мероприятий в различных отраслях и сферах деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам

деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<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	основные понятия, принципы и концепции современного маркетинга; содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам; методические подходы к решению маркетинговых задач
	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 организации работы конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в условиях определённого рынка товаров или услуг, на основе концепции маркетинга

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» применяются следующие методы активного (интерактивного) обучения: написание эссе, решение кейсов, деловые игры и др.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика транспорта»**

Учебный курс «Логистика транспорта» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (36 часа, в том числе МАО 18 часов) и самостоятельная работа (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика транспорта» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Основы проектной деятельности», «Современные информационные технологии», «Маркетинг», «Основы логистики», «Товароведение потребительских товаров», «Культура торгового обслуживания», «Экономика фирмы», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика производства», «Логистика распределения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление транспортными системами».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие логистики транспорта, ее цели и задачи, мероприятия по оптимизации транспортной деятельности предприятий, особенности организации работы на автомобильном, железнодорожном, морском и воздушном видах транспорта, технологические схемы перевозки грузов, нормативные документы, регламентирующие правила перевозок и



транспортная документация, виды и порядок организации транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей, базисные условия поставки товаров, виды логистических издержек на транспорте, способы их минимизации при транспортировке грузов и т.д.

**Цель** – вооружить студентов-выпускников знаниями и навыками управления материальными и информационными потоками в сфере управления транспортировкой грузов с целью оптимизации логистических затрат и увеличения прибыли предприятий.

**Задачи:**

- знать теорию управления транспортировкой грузов, современные способы и технологии доставки товаров в адрес потребителей;
- уметь применять на практике знания теории управления транспортировкой грузов;
- обладать навыками выявления возможностей оптимизации логистических затрат, связанных с транспортной деятельностью предприятия.

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

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>-принципы управления логистическими процессами на транспорте;</li> <li>-принципы функционирования мультимодальных логистических центров и международных транспортных коридоров;</li> <li>-информационные технологии в управлении работой транспорта;</li> <li>-принципы работы оптимальных логистических систем.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>-осуществлять сквозное управление материальными, информационными потоками на транспорте;</li> <li>-производить выбор и формирование логистических цепей;</li> <li>-изыскивать оптимальные логистические схемы;</li> <li>-управлять логистическими процессами на транспорте.</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способами управления логистическими процессами на транспорте;</li> <li>- методами построения оптимальных логистических транспортных схем и систем в торговых организациях;</li> <li>- методами планирования на транспорте;</li> <li>- методами расчета показателей эффективности логистических цепей и систем.</li> </ul>

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Мерчандайзинг»**

Учебный курс «Мерчандайзинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО – 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Мерчандайзинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Культура торгового обслуживания», «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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

1. Основы технологии мерчандайзинга: понятие, цели и задачи мерчандайзинга; история развития мерчандайзинга; особенности развития мерчандайзинга за рубежом и в России; современные тенденции развития мерчандайзинга: категорийный мерчандайзинг, кроссмерчандайзинг; различие в целях мерчандайзинга поставщика и розничного торгового предприятия; характеристика типов покупателей; психологические аспекты поведения покупателя в торговом зале; основы технологии мерчандайзинга: правила и принципы мерчандайзинга;

2. Мерчандайзинг розничного торгового предприятия: трехуровневая концепция мерчандайзинга розничного торгового предприятия; элементы атмосферы магазина (психологические факторы, организационные факторы, органолептические факторы); виды и подходы к планировке торгового зала розничного торгового предприятия; правила выкладки товаров в торговом зале; рекламно-информационное сопровождение мерчандайзинга;

3. Эффективность мерчандайзинга: подходы к разработке стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия; особенности оценки эффективности мерчандайзинга.

**Цель:** формирование комплекса знаний об особенностях организации мерчандайзинга на торговом предприятии.

**Задачи:**

1. Сформировать у студентов систему теоретических знаний в области мерчандайзинга;

2. Сформировать у студентов систему теоретических знаний об инструментах мерчандайзинга;

3. Сформировать у студентов навыки выбора оптимальных инструментов мерчандайзинга;

4. Сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке программы мерчандайзинга, стандартов мерчандайзинга и оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.

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

– 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 (частично);

- готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 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"> <li>• особенности и современные тенденции развития мерчандайзинга и его влияние на характер маркетинговой деятельности торгового предприятия;</li> <li>• основные принципы, правила и инструменты мерчандайзинга торгового предприятия;</li> <li>• принципы мерчандайзинга на основе теории рефлексов;</li> <li>• особенности влияния инструментов мерчандайзинга на различные типы поведения покупателей;</li> <li>• особенности организации мерчандайзинга на различных видах торговых предприятий;</li> <li>• подходы к оценке эффективности мерчандайзинга;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать программу мерчандайзинга и осуществлять ее реализацию на предприятии;</li> <li>• разрабатывать стандарты мерчандайзинга и внедрять их на предприятии розничной торговли;</li> <li>• использовать инструменты мерчандайзинга для влияния на различные типы поведения покупателей;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• учитывать интересы различных сторон при разработке и реализации программы мерчандайзинга (производителей, оптового предприятия и предприятия розничной торговли);</li> <li>• использовать новые технологии в области мерчандайзинга;</li> <li>• проводить оценку эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• практическими навыками по разработке и внедрению мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;</li> <li>• практическими навыками по разработке программы мерчандайзинга;</li> <li>• практическими навыками разработки стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия;</li> <li>• навыками выбора различных инструментов мерчандайзинга для воздействия на разные типы поведения покупателей;</li> <li>• практическими навыками по оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мерчандайзинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, выполнение ситуационных заданий, составление интеллект-карт.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Smart Data (Умные данные)»**

Учебный курс «Smart Data (Умные данные)» предназначен для студентов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоёмкость освоения составляет 1 зачетные единицы, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» основывается на знаниях дисциплин «Математика», «Математика для экономистов», «Статистика», «Эконометрика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление транспортными системами», «Логистика транспорта».

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:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-13 готовность 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.

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 «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Маркетинг», «Основы коммерческой деятельности», «Маркетинговые коммуникации», «Проектная деятельность» и позволяет подготовить студентов к прохождению таких дисциплин как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Электронная торговля», «Международный маркетинг».

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).

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"> <li>• понятие стартапа;</li> <li>• инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов;</li> <li>• понятие целевой аудитории;</li> <li>• понятие позиционирования;</li> <li>• понятие конкурентного преимущества.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• находить свободные ниши для развития стартапа;</li> <li>• выбирать и использовать инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов;</li> <li>• анализировать позицию стартапа на рынке в сравнении с конкурентами;</li> <li>• определять приоритетные целевые аудитории стартапа;</li> <li>• выбирать инструменты продвижения стартапа.</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• практическими навыками использования инструментов анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов;</li> <li>• практическими навыками анализа позиции стартап-проекта на рынке в сравнении с конкурентами;</li> <li>• практическими навыками обоснования бизнес-идеи и стратегии стартапа, а также разработке плана действий по выводу продукта на рынок;</li> <li>• практическими навыками разработки программы продвижения стартапа;</li> <li>• практическими навыками составления плана маркетинговых мероприятий в условиях ограниченности финансовых и кадровых ресурсов.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг для стартаперов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, кейс-стадии, индивидуальные проекты.

## **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.

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).

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Физическая культура» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Безопасность жизнедеятельности».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

практическое применение 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 следующие общекультурные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ОК-14</b> 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.
<b>ОК-12</b> способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	способы организации самостоятельной работы
	Умеет	искать и находить релевантную информацию, необходимую для самообразования
	Владеет	навыками самоорганизации, необходимыми для достижения целей в ограниченное время
<b>ОК-17</b> готовность 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 «Элективные курсы по физической культуре и спорту» методы активного / интерактивного обучения не применяются