



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).

Отличительной особенностью данного курса является 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 курса** является 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 освоения дисциплины:**

- 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 поддерживать 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	
<p><b>ОК-10</b>            способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия  <i>(формируется частично)</i></p>	знает	– грамматический строй английского языка; – слова и выражения в объеме достаточном для ежедневной коммуникации в устной и письменной формах; – стратегии речевой деятельности
	умеет	– воспринимать иноязычную речь на слух в рамках обыденной коммуникации; – выражать свои мысли грамотно, употребляя соответствующие грамматические и лексические формы, как устно, так и письменно
	владеет	– навыками употребления соответствующих языковых средств в осуществлении речевой деятельности; – навыками поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из зарубежных источников; – навыками просмотрового, поискового и аналитического чтения; – навыком восприятия информации на слух.
<p><b>ОК-12</b>            способность к самообразованию и самоорганизации</p>	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

		<p>планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.</p>
<p><b>ОК-7</b>          владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной иноязычной коммуникации</p>	<p>Знает</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4000 лексических единиц из них 1200 продуктивно в рамках изученных тем, включающих сферы и ситуации общения повседневно-бытового и социально-культурного характера;</li> <li>- универсальные грамматические категории и явления;</li> <li>способы словообразования в английском языке: конверсия, аббревиатура;</li> <li>- структурные типы простого и сложного предложения;</li> <li>правила оформления делового и личного письма;</li> <li>требования к ведению электронной переписки</li> </ul>
	<p>Умеет</p>	<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;</li> <li>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>
	<p>Владеет</p>	<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, в том числе МАО 10 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 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Философия» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «История», «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», «Риторика и академическое письмо», «Логика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Управление цепями поставок», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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

1. исторической
2. теоретической

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

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

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

**Задачи:**

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОК-8 - способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности</p>	Знает	<p>базовый понятийный аппарат философии; основы философской тематики и проблематики, их роль в понимании и анализе мировоззренческих, социально-значимых и личностных проблем</p>
	Умеет	<p>определять место и роль философии в структуре мировоззрения, в понимании и анализе мировоззренческих, социально значимых и личностных проблем</p>
	Владеет	<p>первичными навыками анализа места и роли философии в структуре мировоззрения, в понимании и анализе мировоззренческих, социально значимых и личностных проблем</p>
<p>ОК-16 - владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</p>	Знает	<p>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</p>
	Умеет	<p>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</p>
	Владеет	<p>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</p>

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> готовность пользоваться основными методами защиты производственного	Знает	теоретические основы безопасности жизнедеятельности при ЧС; возможные последствия аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения;



персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Умеет	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;
	Владеет	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;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-беседа.

## **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> способность 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 «Физическая культура и спорт» методы активного / интерактивного обучения не применяются.

## **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 (22 часа), практические занятия (72 часа, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (50 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-2 семестрах. Форма контроля по дисциплине: зачет, зачет с оценкой.

Дисциплина «Основы проектной деятельности» параллельно изучается с такими дисциплинами, как «Основы менеджмента», «Экономическое мышление», «Риторика и академическое письмо», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин как «Проектная деятельность», «Коммерческая деятельность», «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Предпринимательство», «Симулятор», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство».

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.

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

**Задачами дисциплины:**

- 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

ОК-12 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 «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона»**

Учебный курс «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 9 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность», «Мировая экономика», «Таможенное дело».

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

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

2. Экономическое развитие стран Азиатско-Тихоокеанского региона: место АТР в системе современных экономических отношений, подходы к выделению АТР; географическое положение, экономическая, политическая составляющие региона; возрастание роли АТР в мировом хозяйстве; особенности экономической модели США, роль США в АТР; экономики Канады, Китая, Японии, Австралии и



Новой Зеландии; особенности экономик новых индустриальных стран; общая характеристика хозяйства стран Юго-Восточной Азии; Россия и Российский Дальний Восток в интеграционных процессах в АТР.

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

**Задачи:**

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

Для успешного изучения дисциплины «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона» 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 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 философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	источники информации о социально-экономическом развитии и внешней торговле стран, международной торговли; факторы, определяющие уровень социально-экономического развития страны; этапы развития мирового хозяйства
	Умеет	осуществлять сбор, обобщение и систематизацию информации о состоянии национальных экономик, их взаимодействии
	Владеет	навыками самостоятельной работы, работы в группах, участия в дискуссии по экономическим вопросам
ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	Знает	этапы, факторы и особенности развития экономической интеграции в мире и в АТР
	Умеет	провести сбор и обработку информации о системе государственного регулирования экономической деятельности в странах АТР, состоянии социально-экономической сферы
	Владеет	навыками экономического исследования, работы с научной литературой, представления результатов собственного исследования перед аудиторией, научной дискуссии
ОК-11 способность работать в команде,	Знает	направления развития социальных систем стран АТР

толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Умеет	составлять коллективные экономические отчеты, аналитические записки
	Владеет	опытом научной дискуссии

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

## **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 «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», «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 приёмам эффективного устного представления письменного текста;
- ознакомить с принципами и приёмами ведения конструктивной дискуссии;
- обучить приёмам 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.

публичных 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.

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

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

### **Задачи:**

Сформировать у студентов навыки:

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

- 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 владение культурой мышления,	Умеет	Определять закон распределения случайной величины и соответствующие характеристики; выполнять



способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения		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.
	Владеет	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.

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «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 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). 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 мышление»**

Учебный курс «Экономическое мышление» предназначен для студентов специальности 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Экономическое мышление» 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 (54 часа, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

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

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: связанных со структурой экономической науки; альтернативной стоимостью и оптимальным выбором; теорией игр; равновесием и эффективностью; экономическим ростом и институтами; экономическими колебаниями и финансовыми рынками, вопросами мировой экономики, взаимосвязи экономики с другими общественными науками.

**Цель** - формирование представления о предмете экономической науки в неформальном ключе, об открытых вопросах, стоящих перед экономистами.

### **Задачи:**

– сформировать у студентов представление о 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.

Для успешного изучения дисциплины «Экономическое мышление» 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 общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК- 9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	знает	основные понятия и термины, употребляемые в экономике
	умеет	анализировать и систематизировать и экономические явления, формируя свое отношение к процессам, происходящим в обществе, а так же решать основные экономические и правовые прикладные задачи
	владеет	навыками самостоятельного освоения и применения новых экономических знаний

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическое мышление» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-презентация, разработка

индивидуального и группового задания, свободные и направленные дискуссии, семинары, самостоятельная работа с литературой.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

### «Правоведение»

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

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

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

Дисциплина «Правоведение» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Современные информационные технологии», «Русский язык и культура речи», «История», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Философия», «Маркетинг», «Товароведение потребительских товаров».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, позволяющих сформировать комплексное представление об основных правовых явлениях, гражданских прав и обязанностей, законодательстве Российской Федерации и его нарушении.

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

#### **Задачи:**

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

4) формировать и укреплять навыки практического применения норм права.

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

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

В результате освоения дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-13 способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	Знает	Основы законодательной системы Российской Федерации
	Умеет	Использовать нормы российского законодательства в различных сферах жизнедеятельности
	Владеет	Навыками применения норм российского законодательства в различных сферах жизнедеятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правоведение» применяются следующие методы активного /интерактивного обучения: лекция-беседа.

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

Учебный курс «Микроэкономика» разработан для студентов первого курса, обучающихся по направлению 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость освоения 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 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на первом курсе во втором семестре. Форма контроля по дисциплине – экзамен.

Дисциплина основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Математика для экономистов» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «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 и задачи дисциплины.** Целью 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** изучения дисциплины:

- 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 общепрофессиональные (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;	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; – основные микроэкономические показатели и их интерпретацию;



<p>владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем</p>		<ul style="list-style-type: none"> <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 вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Микроэкономика» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод проблемного обучения и метод пресс-конференции.

## 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 мышление», «Математика для экономистов», «Современные информационные технологии» 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

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 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в т.ч. с использованием МАО 18 час.), самостоятельная работа (108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 63 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-м и 2 семестрах.

Дисциплина «Основы менеджмента» параллельно изучается с такими дисциплинами, как «Математика для экономистов», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Риторика и академическое письмо», «Экономическое мышление», «Современные информационные технологии», «Основы проектной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Основы управления персоналом», «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 в различных сферах деятельности;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований	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 нормативных документов в торговом деле
	Владеет	Навыками использования на практике нормативных документов в своей профессиональной деятельности, навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных



нормативных документов		документов в торговом деле
<p>ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	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
<p>ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	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
<p>ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	Знает	Основы работы с деловыми партнерами; технику проведения с ними деловых переговоров; виды, содержание и алгоритм процесса заключения 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»**

Рабочая программа учебной дисциплины «Введение в дисциплинарные картины мира» предназначена 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 по данной специальности предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 9 часов), самостоятельная работа (72 часов в т.ч. 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина параллельно изучается с такими дисциплинами как «Экономическое мышление», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «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 дисциплины** – формирование у студентов системного представления о современных направлениях исследований экономики и управления, о дисциплинарных границах и месте экономики как науки в научном знании и обществе.

**Задачи:**

- 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 представлений об ограничениях и преимуществах «экономических знаний» по сравнению с «социологическими», «антропологическими», «историческими» и прочими знаниями;

- знакомство с теоретическими объяснениями рыночных и нерыночных отношений и институтов;

- знакомство со способами эмпирического изучения и теоретического объяснения рациональности/ иррациональности индивида как основного допущения экономических моделей;

- 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.

- практическое применение в учебной исследовательской деятельности базовых понятий («методология», «парадигма», «концепции», «эксперимент», «факт», и т.п.);

- формирование навыков критического чтения сложных научных текстов, написания академических эссе, ведения аргументированной дискуссии, презентации научных результатов, поиска и обработки вторичной информации, сбора и анализа первичных данных.

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 общекультурные компетенции:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОК-4 способностью 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 решения исследовательских

		задач
ОК-2 готовностью 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

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Введение в дисциплинарные картины мира» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения (9 час.): 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» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студента (90 часов, в том числе 54 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1,2 семестрах.

Дисциплина «Математика для экономистов» параллельно изучается с такими дисциплинами как «Математика», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Экономическое мышление» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Статистика», «Теория вероятностей и математическая статистика», «Эконометрика» и др.

Содержание дисциплины охватывает те 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).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной	Знает	Методы решения профессиональных задач на основе математической науки
	Умеет	Применять математические методы



деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		обработки и анализа информации для 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 дисциплины «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 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 9 часов), 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 дисциплин «Введение в дисциплинарные картины мира», «Экономическое мышление» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Статистика», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность».

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

1. Концепция управления трудовыми ресурсами: теория управления в роли человека в организации; государственная система управления трудовыми ресурсами;

2. Концепция управления персоналом: принципы и методы управления персоналом; цели, функции, организационная структура системы управления персоналом;

3. Концепция управления человеческими ресурсами: кадровое планирование: планирование потребности в персонале, планирование производительности труда и показателей по труду;

4. Командный менеджмент: 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;

5. Создание системы управления персоналом: сущность и логика создания и развития системы управления персоналом; управленческие школы.

**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 профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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

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

Общая трудоемкость дисциплины «Статистика» 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 студента (54 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Статистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в дисциплинарные картины мира», «Математика для экономистов», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Маркетинг», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «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) торговой-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) торговой-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»**

Рабочая программа учебной дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предназначена 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 освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (18 часов), лабораторные занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (54 часа). 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», «Статистика», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинг в социальных медиа», «Электронная торговля».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами грамотного и эффективного использования последних достижений информационных и телекоммуникационных технологий в условиях рыночной экономики. Особенностью в построении и содержании курса является использование методов активного обучения, программных и технических средств, фонда методических, оценочных и электронных средств обеспечения дисциплины.

**Цель:** получение обучающимися теоретических знаний в области методологии информационных технологий, практических знаний о применении информационных технологий для решения оперативных, тактических и стратегических задач.



### **Задачи:**

1. Освоить теоретические знания и практические навыки, позволяющие ориентироваться в области информационных технологий в торговом деле;
2. Освоить программные средства реализации информационных процессов;
3. Сформировать навыки применения информационных технологий документационного обеспечения;
4. Изучить основные понятия компьютерных информационных систем;
5. Освоить компьютерные технологии интеллектуальной поддержки управленческих решений;
6. Сформировать сведения об инновационных направлениях развития информационных технологий в торговом деле.

Для успешного изучения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» у студентов должны быть сформированы предварительно следующие 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 технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

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

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

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной	Знает	основы информационной и библиографической культуры
	Умеет	умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе

деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		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 информацией	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
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» используются методы активного/ интерактивного обучения: опрос, дискуссии; вычислительный эксперимент; компьютерное моделирование.

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

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

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

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Учебным планом по данной дисциплине предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Экономическое мышление», «Основы менеджмента», «Основы управления персоналом», «Основы проектной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Управление продажами», «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Территориальный маркетинг», «Мерчандайзинг», «Международный маркетинг», «Брендинг».

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 реше-

ний 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	
<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: составление интеллект-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 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены аудиторные занятия в объёме 72 часов (лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа – 36 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе, в третьем семестре, заканчивается сдачей зачета.

Дисциплина «Финансы» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы менеджмента», «Математика», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Предпринимательство».

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** изучения дисциплины: 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 курса:

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:

– умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью 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;

– способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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
	Владет	навыками решения профессиональных задач, анализа, разработки и оценки стратегии в частноправовом секторе экономики

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Финансы» используются 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 (18 часов, в т.ч. с использованием МАО – 9 час.), лабораторные занятия (18 часов, в т.ч. с использованием МАО – 9 час.), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 54 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Эконометрика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Математика», «Математика для экономистов», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика», «Теория вероятностей и математическая статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Маркетинг в социальных медиа», прохождению практики и написанию выпускной квалификационной работы.

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 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	источники информации, необходимой для проведения исследований, способы работы с зарубежными и отечественными базами
	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), компьютерное моделирование.

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

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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Логистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика», «Микроэкономика», «Современные информационные технологии», «Основы проектной деятельности», «Экономическое мышление», «Основы менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Маркетинг», «Таможенное дело», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика производства», «Логистика распределения», «Логистика транспорта», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок».

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

**Цель** – 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 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 подхода к решению задач по минимизации всех видов ресурсов, обеспечивающих функционирование материального потока на предприятии.

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

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



- владением 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-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 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 торговле;</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> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: кейсы-задачи, семинары-дискуссии, логистические задания, тестирование, 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» включена в состав базовой части дисциплин 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 63 часа 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 «Экономическое мышление», «Основы менеджмента», «Статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом».

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:

- 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 (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-12 - Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	<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	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> </ul>

(или) товароведной)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней;</li> <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 «Теория вероятностей и математическая статистика»**

Учебный курс «Теория вероятностей и математическая статистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Теория вероятностей и математическая статистика» входит в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

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

Дисциплина «Теория вероятностей и математическая статистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Математика для экономистов» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Эконометрика», «Маркетинговые исследования» и др.

Содержание дисциплины охватывает те разделы экономической математики, которые связаны с вероятностным пространством. Теория вероятностей – математическая наука, изучающая закономерности случайных явлений. Знание закономерностей, которым подчиняются массовые случайные события, позволяет предвидеть, как эти события будут протекать. Методы теории вероятностей широко применяются в различных отраслях науки и техники: в теории надёжности, теории массового обслуживания, теории ошибок, теории управления, теории связи и во многих других теоретических и прикладных науках. Теория вероятностей служит теоретической базой для математической статистики.

Математическая статистика – раздел математики, изучающий методы сбора, систематизации и обработки результатов наблюдений с целью выявления статистических закономерностей. Методы математической

статистики используются при планировании организации производства, анализе технологических процессов, для контроля качества продукции и многих других целей.

**Цель** – изучение основных теоретических положений теории вероятностей и математической статистики и применение их к решению прикладных задач. Изучение курса поможет в формировании логического мышления, в более строгом рассмотрении социально-экономических закономерностей.

**Задачи:**

- овладеть основами теории вероятностей, усвоив понятия множества элементарных исходов, алгебры случайных событий, вероятностной функции как числовой функции множеств, случайной величины, функции распределения случайной величины и числовых характеристик случайной величины;

- ознакомиться с методами и результатами решения классической предельной проблемы теории вероятностей, а также с применением этих результатов к решению задач статистической оценки значений числовых характеристик случайных величин и векторов и статистической проверки гипотез, построению простейших регрессионных моделей;

- приобрести навыки практического решения вероятностных задач, постановки задач проведения статистического эксперимента, научиться приёмам и методам статистической обработки экспериментальных данных и формулированию обоснованных выводов по результатам этой обработки.

Для успешного изучения дисциплины «Теория вероятностей и математическая статистика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные элементы компетенций:

- способностью осуществлять письменную и устную коммуникацию на русском языке, логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;

• способностью работать с различными источниками информации, информационными ресурсами и технологиями, применять основные методы, способы и средства получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации, применять в профессиональной деятельности автоматизированные информационные системы, используемые в экономике, автоматизированные рабочие места, проводить информационно-поисковую работу с последующим использованием данных при решении профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные элементы компетенций.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	Основные приложения теории вероятностей к профессиональной деятельности
	Умеет	Применять статистические методы сбора, обработки и анализа экономической информации
	Владеет	Навыками обработки экономической информации статистическими методами
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 «Теория вероятностей и математическая статистика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-



презентация мозговой штурм, работа в малых группах, решение ситуационных задач.

## **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 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), лабораторные работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

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

- 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
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), 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 10 зачетных единиц, 360 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (192 часа), контроль самостоятельной работы (162 часа). 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 мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира» «Современные информационные технологии», «Основы менеджмента» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации», «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
	Владеет	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) товароведной)	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



	Владеет	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 «Экономический анализ»**

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

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

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены аудиторные занятия в объёме 54 часов (лекции – 18 часов, практические занятия – 36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа – 90 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену. Дисциплина реализуется на 2 курсе, в третьем семестре, заканчивается сдачей экзамена.

Изучение дисциплины «Экономический анализ» базируется на знаниях и навыках, полученных при освоении дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Математика», «Математика для экономистов» и других и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» и другие.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность, задачи и методика экономического анализа
2. Анализ и управление объемом производства и продаж
3. Анализ и управление затратами и себестоимостью продукции
4. Анализ состояния и использования трудовых ресурсов
5. Анализ состояния и использования основных средства
6. Анализ и использование оборотных средств
7. Анализ финансовых результатов
8. Анализ финансового состояния организации
9. Планирование деятельности организации

**Цель** дисциплины: подготовка бакалавра к профессиональной деятельности в области экономического анализа, формирование у студентов

соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности, формирование у студентов знаний о важнейших методах и способах экономического анализа.

**Задачи курса:**

1) изучение состояния и тенденций экономического развития предприятия в ретроспективе;

2) планирование деятельности организации на основе сложившихся тенденций развития и предполагаемых изменений в перспективе;

3) изучение влияния объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов на результаты хозяйственной деятельности, что позволяет объективно оценивать работу предприятия, делать правильную диагностику его состояния и прогноз развития на перспективу, выявлять основные пути повышения его эффективности;

4) поиск резервов повышения эффективности производства на основе изучения передового опыта и достижений науки и практики;

5) оценка результатов деятельности предприятия по достижению поставленных целей – выполнению планов, уровню результативности и эффективности бизнеса, использованию имеющихся возможностей, положению на рынке товаров и услуг;

6) обоснование мероприятий по устранению выявленных недостатков и освоению резервов повышения эффективности функционирования предприятия с целью повышения его конкурентных преимуществ.

Для успешного изучения дисциплины «Экономический анализ» у обучающегося по программе должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

- владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

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

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	Методы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров для осуществления экономического анализа организации
	Умеет	Организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров для осуществления экономического анализа
	Владеет	Методами экономического анализа при организации, планирования материально-механического обеспечения, закупки и продажи товаров
ПК-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	Стратегии развития организации при осуществлении экономического анализа
	Умеет	Анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации при осуществлении экономического анализа
	Владеет	Методами анализа, оценки и разработки стратегии организации при осуществлении экономического анализа
ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	Состав происходящих в организации бизнес-процессов для осуществления экономического анализа
	Умеет	Прогнозировать бизнес-процессы при осуществлении экономического анализа
	Владеет	Методами оценки эффективности бизнес-процессов при осуществлении экономического анализа

Для формирования указанных компетенций в рамках дисциплины «Экономический анализ» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

- интерактивный урок с применением аудио- и видеоматериалов, ИКТ (лекция – презентация);

– решение производственных и ситуационных задач и упражнений (кейс-стади).

## **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 базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе на подготовку к экзамену 63 часа). 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».

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 формируется следующая профессиональная компетенция:

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**

### **«Коммерческая деятельность»**

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

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

Общая трудоемкость дисциплины «Коммерческая деятельность» составляет 4 зачетных единицы (144 час.). Учебным планом по данной дисциплине 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 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Основы менеджмента», «Современные информационные технологии», «Правоведение» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика закупок», «Управление продажами», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения».

Содержание дисциплины охватывает следующий 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** – 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 «Коммерческая деятельность» 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:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
<b>ОПК -3</b> 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
<b>ПК- 1</b> способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение,	Знает	особенности управления ассортиментом и качеством товаров
	Умеет	оценить качество товаров, обеспечить необходимый уровень качества товаров и процесс хранения товаров

эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	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 договора 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 договоры и осуществлять контроль за их выполнением
	Владеет	методами контроля и оценки эффективности заключаемых коммерческих сделок и выполнения договорных обязательств
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	подходы к организации коммерческой деятельности предприятия по закупке и продаже товаров
	Умеет	разрабатывать программу закупки товаров, планировать материально-техническое обеспечение предприятия, организовать продажу товаров с учетом рыночной ситуации
	Владеет	современными методами организации процесса закупки товаров и планирования продажи товаров и услуг

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммерческая деятельность» 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 лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), 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 мышление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международный маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности»; подготовить к прохождению технологической и преддипломной практик.

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

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

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

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

**Задачи:**

- формирование знаний теоретических основ ведения бизнеса в условиях глобализации экономики и бизнеса;

- изучение современных подходов к организации практической деятельности различных субъектов экономических отношений интегрирования в международную среду;

- изучение вопросов реализации бизнес-проектов в международном масштабе;

- изучение возможностей и способов управления проектами и проектными командами в условиях глобализации экономики.

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

- способность 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):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-	Знает	теоретические основы проектной деятельности
	Умеет	применять основные инструменты для создания презентации и модели проекта
	Владеет	навыками использования современных технологий для реализации идей в сфере проектов профессиональной деятельности

технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий		
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	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 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 студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Поведение потребителей» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Мерчандайзинг», «Брендинг», «Электронная торговля».

Содержание дисциплины состоит из шести разделов 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	
<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 информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает	содержание поведения потребителей экономических благ, внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках
	Умеет	анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках
	Владеет	основами выявления, формирования и удовлетворения потребностей потребителей; методами исследования покупательского поведения и выявления факторов, влияющих на принятие решения о покупке

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

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

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

Дисциплина «Предпринимательство» включена в состав обязательных дисциплин вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

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

Дисциплина «Предпринимательства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Микроэкономика», «Основы менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Электронная торговля».

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 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	нормативно-правовую базу в профессиональной деятельности и области предпринимательства
	Умеет	применить конкретные положения нормативных и правовых документов в предпринимательской деятельности
	Владеет	навыками использования нормативных и правовых документов для составления отчетности в предпринимательской деятельности
ПК-12	Знает	сущность предпринимательства и

способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий		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-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	основу организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
	Умеет	формировать и анализировать организационные и распорядительные документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур
	Владеет	навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
ПК-14 способностью 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

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 (финансовый) учёт»**

Учебный курс «Бухгалтерский (финансовый) учёт» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Бухгалтерский (финансовый) учёт» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)»

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

Дисциплина «Бухгалтерский (финансовый) учёт» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика», «Экономическое мышление», «Правоведение», «Экономический анализ» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Ценообразование», «Основы налогообложения», «Таможенное дело», «Управление продажами» и подготовить к прохождению производственной практики.

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

1. Изучение теории бухгалтерского учета и основ его организации на предприятии; национальных и международных стандартов финансового учета и финансовой отчетности предприятий, основ документального оформления фактов хозяйственной деятельности предприятий;

2. Изучение принципов организации учета денежных средств, текущих обязательств и расчетов, труда и заработной платы, товаров в предприятиях оптовой и розничной торговли, учет товарных потерь, расходов на продажу, финансовых результатов деятельности торгового предприятия; принципов составления бухгалтерской финансовой отчетности



**Цель** - обобщение мировой и отечественной практики в области бухгалтерского финансового учета, рассмотрение широкого спектра фундаментальных понятий, методических подходов и приемов, накопленных теорией и практикой, формирование теоретических знаний и практических навыков и умений в области бухгалтерского учёта для комплексной оценки финансового состояния организации.

**Задачи:**

- определить бухгалтерский учет как основной источник достоверной информации, необходимой для успешного управления финансами организации;
- овладеть умениями целостного восприятия нормативно-правового поля, в котором осуществляет деятельность объект управления.
- изучить теоретические основы организации учетного процесса;
- ознакомиться с системой счетов бухгалтерского учета, технологией обработки учетной информации;
- научиться оценивать методы и способы организации учета состояния и использования ресурсов предприятия в целях управления хозяйственными процессами и определения финансовых результатов.

Для успешного изучения дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» 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.

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	основные методики по сбору, анализу и обработке данных для решения профессиональных задач; основные информационно-коммуникационные технологии; принципы информационной безопасности
	Умеет	использовать изученные методики по сбору, анализу и обработке данных для решения профессиональных задач
	Владеет	математическим аппаратом и инструментальными средствами для анализа и обработки данных с использованием информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач
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	Способы организации бухгалтерского учета для обеспечения торгово-технологических процессов предприятия; основные принципы формирования учетной политики предприятия в учете товаров и порядка проведения инвентаризации; основные принципы учета затрат и расходов на продажу предприятия
	Умеет	Применить основные принципы учета материальных запасов, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета; классифицировать затраты предприятия
	Владеет	Навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии на основе принципов учета материальных, трудовых и финансовых

		ресурсов предприятия; навыками проведения инвентаризации, оформления документов и определения ее результатов; принципами списания потерь предприятия на источник возникновения
ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	действующую нормативно-правовую базу и типовые методики учета для обеспечения предприятия материальными ресурсами и для обеспечения процесса реализации в деятельности хозяйствующих субъектов
	Умеет	использовать типовые методики учета в соответствии с российскими стандартами учета и действующую нормативно-правовую базу для обеспечения процессов закупки, продажи товаров
	Владеет	необходимыми методиками финансового учета и программными средствами для организации и планирования закупки и продажи товаров в предприятиях торговли
ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	Основные методики отечественного и зарубежного анализа и прогнозирования показателей эффективности финансово-экономической деятельности предприятия по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности
	Умеет	применять методы анализа и прогнозирования показателей эффективности финансово-экономической деятельности предприятия по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности
	Владеет	Навыками анализа показателей эффективности финансово-экономической деятельности предприятия по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности и прогнозирования бизнес-процессов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: круглый стол, решение ситуационных задач, кейс-стади.

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

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

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных 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 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Управление продажами» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Поведение потребителей», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг».

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

**Цель** - 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:**

- 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 «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Коммерческая деятельность», 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 «Мировая экономика», «Макроэкономика», «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «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 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость 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 студента (36 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). 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», «Маркетинг в социальных медиа» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

Содержание дисциплины 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» применяется 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» входит 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 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (36 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). 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 «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление цепями поставок».

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.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (32 час.) и самостоятельная работа (256 час. в т.ч. на подготовку к экзамену в 7 семестре – 36 час.). Дисциплина реализуется на 1-4 курсах в 1, 2, 4, 6 и 7 семестрах.

Учебный курс «Симулятор» реализуется на всех 4 курсах обучения студентов, поэтому основывается на знаниях, умениях и навыках, постепенно получаемых в рамках различных дисциплин, таких как: «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». Дисциплина «Симулятор» позволяет планомерно 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 в социальных медиа» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены 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 в социальных медиа» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление маркетингом», «Брендинг», «Электронная торговля».

Содержание дисциплины 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 (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	Знает	- сущность диджитал-маркетинга, основные треки дорожной карты и содержание маркетинга в социальных медиа - типы представленности компаний в социальных

<p>покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>		<p>сетях и процесс управления маркетингом в социальных медиа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и основные принципы таргетированной рекламы в социальных сетях</li> <li>- модели оплаты и ценообразования в социальных сетях</li> <li>- особенности продвижения в YouTube и Instagram</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 2 курсе во 4 семестре и заканчивается зачетом.

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 «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Основы налогообложения».

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 подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, 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», «Коммерческая деятельность», «Предпринимательство» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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** - 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 - 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	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.

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

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

Дисциплина «Основы налогообложения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое мышление», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Финансы», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Ценообразование» и позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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.

**Задачи** дисциплины:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для понимания структуры, основных направлений и особенностей налоговой системы РФ и зарубежных стран;
- научить студентов работать с нормативно – правовой литературой в области налогообложения, дать характеристику основных элементов налогообложения федеральных, региональных и местных налогов 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 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 бюджетно – налоговым законодательством РФ как на бумажных носителях, так и в электронном виде (использование ресурсов сети Internet).
	<i>Владеет</i>	Методиками анализа, обработки и учета данных об объектах налогообложения, налоговой базе, льготах и других элементах налога.
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» используются 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» 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), 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» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинговые исследования», «Статистика», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Международный маркетинг», и позволяет подготовить студентов к прохождению производственной, преддипломной практики и написанию выпускной квалификационной работы.

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 дисциплины:**

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> <li>-</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 «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 следующая общекультурная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ОК-14</b> способность 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» методы активного /интерактивного обучения не применяются.

## **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», «Современные информационные системы», «Микроэкономика», «Экономическое мышление», «Логистика», «Коммерческая деятельность», «Основы проектной деятельности», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика складирования», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Товароведение потребительских товаров», «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг», «Логистика запасов», «Логистика транспорта», «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** – вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными и информационными потоками в сфере организации закупочной деятельности.

**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;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- 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 цепи 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</li> </ul>

		обязательств поставщиками
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами формирования логистической цепей в процессе закупки товаров в торговых организациях;</li> <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, деловые игры, тесты, 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 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», «Коммерческая деятельность» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг в социальных медиа», «Управление маркетингом», «Маркетинг инноваций», «Международный маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Брендинг».

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** - подготовка 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 (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК–3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	Знает	– подходы к разработке инновационных программ

покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка		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 дисциплины «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: «Микроэкономика», «Логистика», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность», «Основы проектной деятельности», «Поведение потребителей», «Предпринимательство», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Логистика закупок» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика запасов», «Логистика транспорта», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Мерчандайзинг», «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 знаниями и навыками управления материальными и сопутствующими информационными и финансовыми потоками в сфере складской деятельности и оптимизации складских бизнес-процессов.

**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 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, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические	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>- знает 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>- правильно осуществлять надлежащие приемку, хранение и отгрузку товаров со склада потребителям;</li> <li>- минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов на складах;</li> </ul>



системы		- учитывать и списывать потери; проводить инвентаризацию товаров и регулировать процессы хранения товаров
	Владеет	- способностью участвовать в выборе и формировании логистических складских цепей и систем торговли; - способностью управлять логистическими процессами на складе и изыскивать оптимальные логистические схемы и системы в рамках складской деятельности предприятия; - методами управления торгово-технологическими процессами на складах; - методами оптимального размещения, хранения товаров и стандартизации логистических процессов; методами минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов; владеет методами списания потерь в рамках складской деятельности

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 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 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», «Торговый маркетинг» и «Брендинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: сущность маркетингового управления; теория потребностей, 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 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 (элементы компетенций):

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, разноуровневые задачи и задания.

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

Учебный курс дисциплины «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), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика запасов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Логистика», «Маркетинг», «Статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Проектная деятельность», «Товароведение потребительских товаров», «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность», «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: 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:**

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

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

- способность 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);

- 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> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <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 ресурсов в области управления запасами;</li> <li>- методами определения потребности в текущих и страховых запасах товаров;</li> <li>- методами прогнозирования запасов товаров;</li> <li>- методами расчета оптимальной потребности в запасах товаров.</li> <li>- способностью применять информационные системы и технологии по управлению запасами товаров</li> </ul>

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



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

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

Дисциплина «Международный маркетинг» включена в состав вариативной 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 студентов (72 часа). 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», «Поведение потребителей», «Маркетинг в социальных медиа», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Торговый маркетинг», «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** - подготовить студентов к эффективному управлению деятельностью внешнеторговых и экспорто-ориентированных 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 «Международный маркетинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- 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;
- владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации;
- 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	
<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 информацию, конъюнктуру товарного	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретические основы маркетинговых исследований и маркетинговых коммуникаций на международном рынке;</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 на международном рынке, используя современные информационно-коммуникационные методы исследований;</li> <li>• формировать стратегии международных маркетинговых коммуникаций;</li> <li>• выявлять новые рыночные возможности и формировать</li> </ul>

рынка		новые бизнес-модели изучения и прогнозирования спроса; • обосновать выбор системы товародвижения в рамках эффективной международной товарной стратегии
	Владеет	• методиками оценки формирования информационного обеспечения и технологий для формирования стратегии выхода компании на международные рынки; • методиками проектной деятельности и бизнес-анализа в условиях рыночной экономики; • инструментами международных маркетинговых коммуникаций; • методиками кросс-культурных компетентностных подходов для анализа конъюнктуры товарного рынка и удовлетворения потребностей потребителей

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 (14 часов), практические занятия (42 часа, в том числе МАО 21 час) 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: «Микроэкономика», «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Проектная деятельность», «Маркетинг», «Товароведение потребительских товаров», «Маркетинговые исследования», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика производства», «Логистика распределения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Управление транспортными системами», «Конкурентоспособность товаров и организаций», а также подготовить студента к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие и структура цепи поставок; сущность и роль управления цепями поставок; факторы, стимулирующие совершенствование управления цепями поставок; понятие и основные типы логистических стратегий в цепях поставок; области решений и подходы к разработке и реализации стратегий в цепях поставок; задачи и общая схема процедуры контроллинга ключевых

бизнес-процессов в цепи поставок; методология сбалансированной системы показателей (ССП).

**Цель** – 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 так же 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;

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	- основы формирования и построения логистических цепей и схем в торговых организациях; - современную концепцию управления цепями поставок; - сущность интеграции процессов в цепях поставок; -сущность, принципы построения и структуру SCOR-модели; - области решений в практической реализации логистических стратегий; - задачи и процедуры контроллинга ключевых бизнес-процессов; - информационные технологии в управлении цепями поставок
	Умеет	- изыскивать оптимальные логистические схемы и системы цепей поставок торговых организаций; - оценивать логистическую инфраструктуру; - выбирать эффективную логистическую стратегию; - применять референтную SCOR-модель для планирования и диагностики цепи поставок; - использовать информационные технологии в управлении цепями поставок; - разрабатывать основные показатели (KPI) эффективности функционирования цепи поставок
	Владеет	- способностью участвовать в выборе и формировании оптимальных логистических цепей и схем в торговых организациях; - способностью управлять логистическими

		процессами в цепях поставок; - основными методами эффективной организации и контроля логистических процессов в цепях поставок; - способностью осуществлять реализацию логистической стратегии; способами расчета основных показателей эффективности функционирования цепи поставок (KPI)
--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление цепями поставок» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейс-задачи, семинар-дискуссия, семинар-пресс-конференция, тесты, логистические задания.

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

Учебный курс «Торговый маркетинг» предназначен для студентов направления 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 (14 часов), практические занятия (42 часа, в том числе МАО 21 час), 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 дисциплины «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

Содержание дисциплины состоит из семи разделов 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 структуре;

- 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 инструментариий ATL и BTL-маркетинга.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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 деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	способы реализации проектов в области коммерческой деятельности на основе маркетинга
	Умеет	разрабатывать самостоятельные проектные решения в области маркетинговых коммуникаций
	Владеет	навыками принятия маркетинговых управленческих решений в проектной деятельности

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

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

Учебный курс дисциплины «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 (18 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 27 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», «Статистика», «Логистика», «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Товароведение потребительских товаров», «Логистика распределения», «Логистика складирования», «Управление продажами», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «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:**

- 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.

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 рода потери на производстве;</li> <li>- организовать эффективное управление материальными потоками на производстве</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью использовать принципы оптимизации логистических процессов на производстве</li> <li>- способностью оперативно планировать и управлять материальными потоками на производстве;</li> <li>- способностью внедрять логистические концепции-технологии в деятельность предприятий</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика производства» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы-задачи, семинары-дискуссии, логистические задания, тесты, 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 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (54 часов, в том числе МАО 27 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 «Экономическое мышление», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Брендинг», «Управление маркетингом», «Международный маркетинг».

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	
<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	<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; ситуационные задачи.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **«Логистика распределения»**

Учебный курс дисциплины «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 (18 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студентов (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», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы проектной деятельности», «Логистика», «Статистика», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Логистика закупок», «Логистика производства» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Логистика запасов», «Логистика транспорта», «Управление цепями поставок», «Управление транспортными системами».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: виды распределения товаров и структура сети распределения, типы оптовых посредников и их особенности, 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 также 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 в сфере распределения.

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-</li> </ul>

		коммуникационные технологии для решения задач профессиональной деятельности в логистических системах распределения; - способами сокращения и предупреждения логистических издержек в системе распределения товаров
--	--	---

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

## **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 (18 часов), практические занятия (54 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» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Мерчандайзинг», «Брендинг», «Электронная торговля», «Международный маркетинг», «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

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	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

маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.		статистики
---	--	------------

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг инноваций» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловые игры, 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 (14 часов), практические занятия (42 часа, в том числе МАО 21 час), 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, способность 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), тестирование.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности»**

Учебный курс «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 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 (14 часов), практические занятия (42 часа, в том числе МАО 21 час), 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», «Территориальный маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Конкурентоспособность товаров и организаций», а также подготовить студента к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

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 обра-

зовательного 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 плано-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:

- владение 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;
- 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.

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	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: решение кейсов, деловые игры и др.

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

Учебный курс дисциплины «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 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика транспорта» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Логистика», «Статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Товароведение потребительских товаров», «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика производства», «Логистика распределения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Управление цепями поставок», «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:**

- изучение теории управления транспортировкой грузов, современных способов и технологий доставки их в адрес потребителей;
- овладение логистическими подходами и методами для повышения эффективности работы транспорта и рационального использования транспортных средств;
- выработка навыков выявления возможностей сокращения и предупреждения непроизводительных логистических затрат, связанных с транспортировкой грузов.

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

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- умение 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>- основы выбора и формирования логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций;</li> <li>- основы управления логистическими процессами на транспорте;</li> <li>-отличительные особенности логистического подхода к решению проблем управления материальными потоками на транспорте;</li> <li>- виды и технологические схемы перевозки грузов;</li> <li>- базисные условия поставки товаров;</li> <li>- основы и особенности организации перевозки грузов автомобильным, морским, воздушным и железнодорожным транспортом;</li> <li>- нормативные и перевозочные документы на различных видах транспорта;</li> <li>- виды логистических издержек на транспорте и способы их сокращения.</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- производить выбор и формирование логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций;</li> <li>- разрабатывать оптимальные транспортно-логистические схемы и маршруты;</li> <li>- управлять логистическими процессами на транспорте.</li> <li>-производить выбор наиболее рационального вида транспорта и транспортных средств;</li> <li>-выявлять непроизводительные логистические</li> </ul>

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

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика транспорта» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы, деловые игры, тесты, 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 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (54 часа), самостоятельная работа студентов (72 часа). 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» 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 (частично)	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> <li>• учитывать интересы различных сторон при разработке и реализации программы мерчандайзинга (производителей, оптового предприятия и предприятия)</li> </ul>



		розничной торговли); <ul style="list-style-type: none"> <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 ситуационного задания (проекта) в форме кейс-стади, составление интеллект-карт.

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

### «Smart Data (Умные данные)»

Учебный курс «Smart Data (Умные данные)» предназначена 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 «Товароведение потребительских товаров», «Управление продажами».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: характеристика понятий «данные», «информация», «знания»; проблема «больших данных»; обзор источников информации; основные определения, термины и задачи анализа больших данных; характеристика больших данных – *5V*; предпосылки формирования тренда; драйверы рынка больших данных; обзор технологий хранения и обработки больших данных; современные программные средства анализа больших данных; процесс аналитики (стандарт *CRISP-DM*); понятие машинного обучения и его компоненты; основные определения и термины машинного обучения; виды задач в машинном обучении и процесс их решения; обучение без учителя: кластерный анализ; обучение с учителем: логистическая регрессия, деревья решений, регрессионный анализ.

**Цель** – 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 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» логически и содержательно связана с такими курсами как: «Маркетинг», «Поведение потребителей» «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации».

Содержание дисциплины охватывает следующий 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** – 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):

:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность	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>

изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (частично)	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: кейс-стади, индивидуальные проекты.