



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Школы экономики и менеджмента

Е. Б. Гаффи



**Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.03.06 Торговое дело

Программа бакалавриата

Торговое дело,
профиль «Торговое дело»

Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий)

Нормативный срок освоения программы

(заочная форма обучения): 5 лет

Год начала подготовки: 2018

Владивосток

2018

Содержание

1. Иностранный язык
2. История
3. Безопасность жизнедеятельности
4. Физическая культура и спорт
6. Риторика и академическое письмо
7. Логика
8. Экономическое мышление
9. Микроэкономика
10. Макроэкономика
11. Управленческое мышление
12. Введение в дисциплинарные картины мира
13. Математика в экономике
14. Современные информационные технологии
15. Статистика
16. Теория вероятностей и математическая статистика
17. Эконометрика
18. Наука о данных и аналитика больших объёмов данных
19. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство
20. Финансы
21. Маркетинг
22. Мировая экономика
23. Основы проектной деятельности
24. Симулятор
25. Элективные курсы по физической культуре и спорту
26. Философия
27. Правоведение
28. Экономическая социология
29. Логистика
30. экономический анализ
31. Проектная деятельность
32. Основы международного бизнеса
33. Маркетинг в социальных медиа
34. Коммерческая деятельность
35. Маркетинговые исследования
36. Бухгалтерский (финансовый) учёт
37. Основы бизнеса
38. Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения
39. Поведение потребителей
40. Предпринимательство
41. Ценообразование
42. товароведение потребительских товаров
43. Маркетинговые коммуникации
44. Маркетинг инноваций

45. Логистика закупок
46. Логистика производства
47. логистика транспорта
48. Управление транспортными системами
49. Умные данные
50. Таможенное дело
51. Управление продажами
52. Международный маркетинг
53. Маркетинг по отраслям и сферам применения
54. Торговый маркетинг
55. Мерчандайзинг
56. Логистика складирования
57. Логистика распределения
58. Маркетинговое управление
59. Территориальный маркетинг
- 60 Логистика запасов
61. Управление цепями поставок
62. Маркетинг для стартаперов

Аннотация дисциплины

Иностранный язык

Дисциплина «Иностранный язык» предназначена для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Трудоемкость составляет 18 зачетных единицы и 648 академических часов (из них – 56 часов практических занятий). Дисциплина реализуется на 1 и 2 курсах в 1-4 семестрах программы бакалавриата. Формами промежуточной аттестации являются зачеты (1,2,3 семестры) и итоговой - экзамен (4 семестр).

Дисциплина «Иностранный язык» логически и содержательно связана с таким курсами, как «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Риторика и академическое письмо», и др.

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, 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 сфере гостиничного сервиса и туризма, 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 поддержать разговор на иностранном языке в рамках изученных тем.

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование общекультурных компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения у общекультурных компетенции
общекультурные компетенции	ОК-7 владением иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации;	Знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; применять информационные технологии для решения управленческих задач.
	ОК-12 способностью коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;	Знать: законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес коммуникаций; методы взаимодействия с
	ОК-14 способностью самоорганизации самообразованию;	Знать: законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теории

Аннотация дисциплины

История

Рабочая программа учебной дисциплины «История» предназначена для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (4 часа), самостоятельная работа студентов (98 часа, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену); дисциплина реализуется на 1 курсе.

Дисциплина «История» основывается на знаниях, умениях и навыках совокупности исторических дисциплин среднего общего образования и одновременно требует выработки навыков исторического анализа для

раскрытия закономерностей, преемственности и особенностей исторических процессов, присущих как России, так и мировым сообществам; логически и содержательно связана с такими дисциплинами, как «Философия», «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона».

Содержание дисциплины 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.

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

Задачи:

- формирование знания о закономерностях и этапах исторического процесса; основных событиях и процессах истории России; особенностях исторического пути России, её роли в мировом сообществе; основных исторических фактах и датах, именах исторических деятелей;
- формирование умения самостоятельно работать с историческими источниками; критически осмысливать исторические факты и события, излагать их, отстаивать собственную точку зрения по актуальным вопросам отечественной и мировой истории, представлять результаты изучения исторического материала в формах конспекта, реферата;
- формирование навыков выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении; навыками публичного выступления перед аудиторией;
- формирование чувства гражданственности, патриотизма,

бережного отношения к историческому наследию.

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

- знание основных фактов всемирной истории и истории России;
- умение анализировать историческую информацию, представленную в разных знаковых системах (текст, карта, таблица, схема, аудиовизуальный ряд);
- владение собственной культурой мышления, способность синтезировать, анализировать, обрабатывать информацию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-9 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Знает	закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории
	Умеет	критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений
	Владет	навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «История» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: Метод микрооткрытий (эвристическая беседа), метод анализа конкретных ситуаций (case-study), метод имитационного упражнения (имитационная игра), метод мозгового штурма (мозговая атака, брейнсторминг), метод круглый стол, метод семинар-дискуссия (групповая, научной дискуссия).

Аннотация дисциплины

Безопасность жизнедеятельности

Учебный курс «Безопасность жизнедеятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий). Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 час.), практические занятия (4 час.), самостоятельная работа студентов (100 час. в том числе 4 час на подготовку к зачету); дисциплина реализуется на 1 курсе.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках среднего общего образования, логически и содержательно связана с такими дисциплинами, как «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», «Физическая культура и спорт», «Введение в дисциплинарные картины мира», и позволяет подготовить студентов к освоению различных дисциплин, где необходимы знания требований к безопасной жизнедеятельности человека и владения методами защиты от опасностей и оказания первой помощи.

Содержание дисциплины охватывает основные стороны безопасной жизнедеятельности человека в производственной, природной и социальной среде, организацию защиты и основные методы защиты населения, производственного персонала и территорий в условиях чрезвычайных ситуаций, управление и правовое регулирование ими.

Цель – формирование у студентов современных представлений о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности производственного персонала и населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций в системе «человек – среда обитания».

Задачи:

- обеспечение безопасности населения, персонала, объектов экономики, природных объектов и территорий от возможных последствий чрезвычайных ситуаций;
- идентификация негативных воздействий среды обитания;
- реализация профилактических мероприятий для предупреждения воздействия негативных факторов;
- защита от опасностей и оказание первой помощи;
- ликвидация отрицательных последствий воздействия опасных и вредных факторов и создание нормального состояния среды обитания.

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

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность применять знания естественнонаучных дисциплин для организации торгово-технологических процессов и обеспечения качества и безопасности потребительских товаров.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-16 способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	Знает	основные понятия, термины правила и принципы, законы, конкретные факты, теории, по безопасности, приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
	Умеет	идентифицировать опасности, своевременно оценить возможный риск, организовать профилактические защитные мероприятия и использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций

	Владеет	навыками по оценке риска, использованию приемов оказания первой помощи, методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
--	---------	---

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

Аннотация дисциплины

Физическая культура и спорт

Рабочая программа учебной дисциплины «Физическая культура и спорт», разработана для студентов 1 курса бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий), в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» входит в базовую часть блока «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные (10 час.) и самостоятельная работа студента (62 час., в том числе 4 час. на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на I курсе. Учебная дисциплина «Физическая культура и спорт» последовательно связана со следующими дисциплинами «Безопасность жизнедеятельности».

Основным содержанием дисциплины «Физическая культура и спорт» является общие теоретические аспекты физической культуры, практическое освоение средств (упражнений) из базовых видов двигательной деятельности (легкая атлетика, спортивные игры (волейбол)) для формирования физической культуры личности.

Целью 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 и спорт» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение использовать основные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;

- владение общими методами укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-15 способностью использовать методы и средства физической	Знает	Общие теоретические аспекты физической культуры, значение физического воспитания в личностном и профессиональном развитии.

культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;	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.
ОК-14 способностью к самоорганизации и самообразованию;	Знает	Общие теоретические аспекты самоорганизации и самообразования.
	Умеет	Использовать средства, формы и методы для самоорганизации и самообразования.
	Владеет	Средствами, формами и видами самоорганизации и самообразованию.

Аннотация дисциплины

Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона

Учебный курс «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 час.), практические занятия (4 час.), самостоятельная работа студентов (100 часов, в том числе 4 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе.

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 «Основы коммерческой деятельности», «Основы бизнеса».

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 хозяйства;
- 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	Знает	источники информации о социально-экономическом развитии и внешней торговле стран, международной торговли; факторы, определяющие уровень социально-экономического развития страны; этапы развития мирового хозяйства

уровня	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 использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знает	основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности в странах АТР и регулирования мировой торговли
	Умеет	осуществлять поиск нормативно-правовых документов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность хозяйствующих субъектов
	Владеет	навыками исследования социально-экономической политики государства
ОК-13 способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	направления развития социальных систем стран АТР
	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: лекция проблемная, круглый стол, дискуссия.

Аннотация дисциплины

Риторика и академическое письмо

Учебный курс «Риторика и академическое письмо» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий). Курс «Риторика и академическое письмо» входит в блок обязательных общеуниверситетских дисциплин (Core). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы – 108 академических часов, из них 4 час. лекции, 6 час. практика, самостоятельная работа – 98 час., в том числе 4 час. на подготовку к зачету. Будучи направленным на формирование меж предметных компетенций, курс имеет тесную связь с такими дисциплинами как, «Иностранным языком», «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», так и с любыми специальными дисциплинами, предполагающими активное создание студентами письменных и устных текстов. Особое значение данная дисциплина имеет для дальнейшей научно-исследовательской, проектной и практической деятельности студентов. Специфику построения и содержания курса составляет его отчётливая практикоориентированность и существенная опора на самостоятельную, в том числе командную, работу студентов.

Цель курса: 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.

В задачи преподавателя, ведущего курс, входит:

- 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,	Знает	основные положения риторики и методiku 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.

публикациях, общественных 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-12)	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 дисциплины

Логика

Учебный курс «Логика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебными планами предусмотрены лекционные (4 часов) и практические (6 часов) занятия, самостоятельная работа (94 часа, в том числе на подготовку 4 часа). Дисциплина реализуется во 2 семестре 1 курса.

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

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 дисциплины

Экономическое мышление

Учебный курс «Экономическое мышление» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 (4 час.), практических работ (6 час.), самостоятельная работа студентов (98 часа, в том

числе 9 час. на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе.

Дисциплина «Экономическое мышление» не требует предварительного изучения других курсов и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Макроэкономика».

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

1. Структура экономической науки – определение экономики. Основные принципы рациональности. Микро- и макроэкономика. Связь экономики с другими науками: междисциплинарность, экономический империализм. Примеры простейших экономических моделей.

2. Альтернативная стоимость и оптимальный выбор – определение альтернативных издержек, экономическая и бухгалтерская прибыль фирмы; предпочтения рациональных агентов; реакция на стимулы; ограниченная рациональность.

3. Теория игр – основные понятия теории игр; решение по доминированию (дилемма заключенных и другие примеры), неэффективность равновесия, смешанные стратегии, множественные равновесия, последовательные игры.

4. Равновесие и эффективность – понятие совершенного рынка; первая теорема благосостояния; государственное регулирование и монополия; внешние эффекты; асимметрия информации; нерыночные проблемы обмена.

5. Экономический рост и институты – понятия «экономика развития», «экономический рост», основные показатели, определяющие размер экономики, основные причины экономического роста, институты и роль в экономическом развитии.

6. Экономические колебания - понятия «экономического роста», «великой депрессии», «безработицы»; классическая теория в макроэкономике, кейнсианская теория; кейнсианская теория и новый курс Рузвельта; неоклассическая теория.

7. Финансовые рынки - способы финансирования расходов фирм, понятие «финансовый рынок», «фондовый рынок», «финансовые инструменты» и их виды; инвестиции и их виды. Финансовый пузырь на рынке недвижимости в США в 2008 году.

8. Мировая экономика – понятие, цели, субъекты мировой экономики, международные экономические организации, международные организации разделения труда, международная кооперация труда, факторы, определяющие участие страны в международном разделении труда. Показатели мировой экономики. Протекционизм и либерализация.

9. Экономика, психология и философия - Взаимосвязь качества жизни с уровнем дохода и другими переменными. Парадокс Истерлина. Деонтология и консеквенциализм. Роулзианская «вуаль неведения» с точки зрения экономики. Стимулы к поддержанию и разрушению междисциплинарных границ. Междисциплинарность экономической теории: будущее или прошлое.

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:

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные

компетенции (элементы компетенций):

– 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-10 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;	Знает	основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Умеет	проявлять инициативу и использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Владеет	навыками принятия решений на основе экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

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 дисциплины

Микроэкономика

Рабочая программа учебной дисциплины «Микроэкономика» предназначена для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, форма

подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина входит в базовую часть блока 1 дисциплин (модулей) структуры программы магистратуры данного направления. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (6 час.), практические занятия (6 час.), самостоятельная работа (96 час., в том числе 9 час. на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе.

Дисциплина «Микроэкономика» основывается на знаниях дисциплин «Экономическое мышление», «Дисциплинарные картины мира», «Математика для экономистов» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика 2», «Макроэкономика 1 и 2», «Эконометрика», «История экономических учений», «Экономика фирмы», «Экономика отраслевых рынков»; 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 дисциплины – формирование у будущих бакалавров базовых теоретических знаний и практических навыков в области микроэкономики – науки о поведении отдельных субъектов (предприятий, людей, рынков отдельных товаров) в экономической среде.

Задачи:

- заинтересовать студентов микроэкономической проблематикой;
- изучить ключевые концепции и методы по теории спроса и предложения, теории потребительского поведения, теории фирмы и теории организации рынков;

– научить использовать микроэкономику 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 более продвинутого курса микроэкономики (Микроэкономика II), а также к изучению специальных теоретических и прикладных курсов, базирующихся на микроэкономической теории.

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

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

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

– способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

– способностью к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-6 - способность находить решение управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных	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;

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

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Микроэкономика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция-дискуссия, проблемное обучение

Аннотация дисциплины

Макроэкономика

Учебный курс «Макроэкономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа (4 зачетных единицы). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов) и самостоятельная работа студента (128 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на первом курсе.

Дисциплина «Макроэкономика» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения таких учебных дисциплин, как «Экономическое мышление», «Математика в экономике», «Микроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Эконометрика», «Статистика», «Маркетинг» и других.

Содержание дисциплины состоит из девяти тем:

1. Введение в макроэкономику
2. Макроэкономические показатели и источники данных
3. Равновесие на товарном рынке
4. Равновесие на денежном рынке. Модель IS-LM
5. Совокупный спрос и предложение: модель AD-AS
6. Дисбалансы: инфляция и безработица
7. Макроэкономическая политика
8. Открытая экономика, платёжный баланс, валютный курс
9. Экономический рост

и 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 общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-6 – способность находить решение управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных комплексов в	Знает	- основные макроэкономические показатели и принципы их расчёта; - основные понятия и категории макроэкономической теории; - основные направления экономической политики государства, инструменты её осуществления и оценки эффективности;

соответствии с организационно-правовыми и технологическими принципами ведения профессиональной деятельности	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; - рассчитывать макроэкономические показатели; - анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы на макроуровне; - выявлять проблемы макроэкономического характера и предлагать способы их решения с учётом возможных социально-экономических последствий; - представлять результаты исследовательской работы в виде информационного обзора;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования; - методами сбора и анализа макроэкономических данных; - методами расчёта и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на макроуровне с использованием вычислительной техники; - навыками самостоятельной работы

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

Аннотация дисциплины

Управленческое мышление

Учебный курс «Управленческое мышление» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа (130 час., в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе.

Дисциплина «Управленческое мышление» позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Маркетинг», «Основы проектной деятельности».

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

1. Сущность, методологические основы управления, управленческого мышления и эволюция науки управления: представление об управленческом мышлении; представление о среде, в которой предстоит работать (тренды, поведение, контекст); технологические уклады окружающего мира; место менеджера и управления в окружающем мире; способность проявлять инициативу; ответственность менеджера за результаты своей профессиональной деятельности; анализ среды организации при принятии управленческих решений; общефилософские, общенаучные методы и принципы познания, логические формы и законы мышления в принятии управленческих решений; понятия системного, процессного, ситуационного подходов в выборе способов действий менеджеров при принятии управленческих решений; сущность процессного, ситуационного, современных подходов к управлению; сущность системного подхода как способа мышления по отношению к организации и управлению, принятию организационно-управленческих решений (принципы, основные термины и понятия, типы, характеристики и свойства систем, правила применения системного подхода); принципы управленческого мышления; логика управленческих процессов на основе понимания взаимозависимостей, закономерностей мышления при принятии организационно-управленческих решений; социальная значимость организационно-управленческих решений; развитие управленческой науки как составной части философии и в составе экономической науки; развитие управленческой мысли.

2. Управленческое мышление при осуществлении управленческих функций и принятии организационно-управленческих решений: понятие и классификация функций управления; общие и специфические функции

управления; управленческое мышление при осуществлении функций планирования, организации, мотивации, контроля; понятие, значение и классификация категории «управленческое решение»; значение мыслительной деятельности при принятии управленческих решений; осмысление ситуации; соотнесенность с необходимостью ситуационной реконструкции; социальная значимость организационно-управленческих решений; целевая ориентация управленческих решений; логическая последовательность разработки и реализации управленческого решения; методы принятия управленческих решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; логика процесса управления трудовым коллективом как объекта управления.

Цель - сформировать у студента умение мыслить управленческими категориями через осмысление сущности и практики управления в окружающем его мире.

Задачи:

- способствовать пониманию управленческих категорий, логики управления;
- научить студента навыкам разработки технологии процесса сервиса;
- научить развитию системы клиентских отношений;
- способствовать развитию навыков проявления инициативы и принятия ответственных решений.

Для успешного изучения дисциплины «Управленческое мышление» 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 основы экономических знаний в

различных сферах деятельности

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные 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	управленческие категории; логику в принятии управленческих решений; эволюцию управленческой мысли; сущность понятия «инициатива»; подходы в принятии управленческого решения; виды ответственности за результаты своей профессиональной деятельности.
	Умеет	принимать ответственные решения; осознавать ответственность за результаты своей профессиональной деятельности; проявлять инициативу
	Владеет	навыками принятия управленческих решений
ПК-6 способностью находить решение управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных комплексов в соответствии с организационно-правовыми и технологическими принципами ведения профессиональной деятельности	Знает	организационно-правовые и технологические принципы ведения профессиональной деятельности
	Умеет	находить решение управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных комплексов
	Владеет	навыками решения управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных комплексов в соответствии с организационно-правовыми и технологическими принципами ведения профессиональной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управленческое мышление» 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 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, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 4 часа, практические занятия (4 часа), самостоятельная работа (91 часов в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина параллельно изучается с такими дисциплинами как «Управленческое мышление», «Экономическое мышление» 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- 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:

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	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 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	знает	направления междисциплинарных эмпирических исследований проблем экономики и управления России и АТР
	умеет	критически оценивать эмпирические результаты исследований актуальных экономических и управленческих проблем развития, в т.ч. России и стран АТР
	владеет	навыками ведения аргументированной научной дискуссии, презентации результатов научных исследований

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 дисциплины

Математика в экономике

Учебный курс «Математика в экономике» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с

использованием дистанционных образовательных технологий). Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц / 180 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 8 часов, практических 12 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 160 часов в том числе 9 часов на подготовку к экзамену.

Язык реализации: русский

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 в экономике» 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,

которые основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения школьных курсов математической направленности и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Статистика», «Микроэкономика», «Макроэкономика», формирующих компетенции:

- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК 1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по	ОПК 1.1 Рассчитывает, оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели организаций	Знает: основные разделы математики, необходимые для решения экономических задач в профессиональной сфере; Умеет: решать конкретные математические задачи; Владет навыками решения соответствующих задач.
	ОПК 1.2 Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Знает: методы формализации экономических задач в зависимости от реализуемой цели; Умеет: решать экономические и управленческие задачи с использованием экономико-математических методов и обосновывать полученные решения Владет навыками решения соответствующих задач.
	ОПК 1.3 Обеспечивает экономическую эффективность организаций избранной сферы	Знает: основы математико-экономического моделирования для решения и обоснования экономических проблем организаций избранной сферы Умеет: применять математические методы моделирования социально-экономических задач

Код и наименование обще профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
объекту гостиничного продукта		для решения и обоснования экономических проблем организаций избранной сферы Владеет навыками решения соответствующих задач.

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

Аннотация дисциплины

Современные информационные технологии

Учебный курс «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)

Дисциплина «Современные информационные технологии» включена в состав вариативной части дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 час.), практические занятия (6 час.), самостоятельная работа (98 часов, в том числе 4 часа на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на 2 курсе.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами как «Технологии маркетинговой деятельности», «Экономика предприятия».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных модулей и систем управления для гостиниц Fidelio, OPERA Enterprise Solution, системами управления отелем, ознакомлением и

работой с отечественными системами управления гостиницей, а также глобальными системами бронирования и резервирования.

Цель изучения дисциплины - изучение подготовка специалистов к профессиональной деятельности в области гостиничного дела; формирование у студентов соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности; приобретение студентами теоретических знаний и практических умений и навыков использования компьютерной техники и информационно-коммуникационных технологий в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами; приобретение студентами базовых сведений об информационных системах управления гостиницей.

Задачи:

- приобретение информационной культуры;
- изучение основных понятий и современных принципов работы с деловой информацией, а также получение представление о информационных системах;
- изучение информационных систем;
- умение применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- овладение программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий .

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

- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности.

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта	<p>Знает информационно-коммуникационные технологии и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта.</p> <p>Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры.</p> <p>Владеет навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использования различных источников информации по объекту гостиничного продукта</p>
ПК-10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	<p>Знает современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем.</p> <p>Умеет применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем.</p> <p>Владеет навыками применения современных технологий гостиничной деятельности в работе с потребителем.</p>

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

Аннотация дисциплины

Статистика

Учебный курс «Статистика» предназначена для студентов по

направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины «Статистика» составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 час.), практические занятия (6 час.), самостоятельная работа студентов (98 час., в том числе 4 час. на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на 2 курсе.

Дисциплина «Статистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математический анализ» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Маркетинг» и др.

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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта	Знает	значение статистических исследований экономических процессов и явлений; способы сбора данных для статистического исследования с целью выявления закономерностей изменений на рынке гостиничного продукта; методы анализа и обработки собранных данных; формы таблиц и отчета об исследовании
	Умеет	выбирать инструментарий для сбора данных; собирать информацию из различных источников; использовать различные методы сбора информации для решения профессиональных задач
	Владеет	статистическими методами проведения исследований; приемами формирования выборки;

		методами статистического анализа данных.
ПК-3 – владением навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения	Знает	основные показатели, характеризующие деятельность гостиничных предприятий; методы сбора исходных данных; методы статистического анализа исходных данных
	Умеет	проводить сбор исходных данных; проводить предварительный и углубленный анализ исходных данных; сформировать отчет о результатах статистических исследований;
	Владеет	методами сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятий

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

Аннотация дисциплины

Теория вероятностей и математическая статистика

Учебный курс «Теория вероятностей и математическая статистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика образовательная программа «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 «Линейная алгебра», «Математический анализ» и

позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Эконометрика», «Управление рисками», «Теория игр».

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;
- ознакомится 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Знает	Современные направления решения экономических задач в области статистических исследований
	Умеет	Применять основы теории вероятностей и математической статистики для анализа экономических процессов
	Владеет	Вероятностными и статистическими методами решения экономических задач
ОПК-3 способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Знает	Необходимый вероятностный и статистический инструментарий для использования в исследованиях экономических процессов.
	Умеет	Подбирать необходимые статистические методы исследования для решения экономических задач
	Владеет	Статистическими методами проведения теоретического и экспериментального исследования
ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели,	Знает	Основные приложения теории вероятностей к профессиональной деятельности
	Умеет	Применять статистические методы сбора, обработки и анализа экономической информации
анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Владеет	Навыками обработки экономической информации статистическими методами

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 дисциплины

Эконометрика

Учебный курс «Эконометрика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (128 час., в том числе 9 час. на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе.

Дисциплина «Эконометрика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Математика для экономистов», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Информационные технологии в гостиничном бизнесе», 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.
2. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Значимость регрессоров и модели. 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 сфере сервиса.

Задачи:

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

- обучить навыкам сбора, обработки и анализа информации, используемой для оценки параметров эконометрической модели, что оказывает существенное влияние на достоверность и точность модели;

- развить способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу сформировать логические связи с другими предметами, входящими в курс образования;

- обучить базовым навыкам проведения эконометрических расчетов с использованием табличного процессора MS Excel и других программных продуктов.

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

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для решения профессиональных задач;
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

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

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

ПК-4 готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	Знает деятельность функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения Умеет анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения Владеет навыками оценки уровня обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	
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, использовать различные источники информации по объекту сервиса	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 использованием различных источников информации по объекту сервиса и учетом основных требований информационной безопасности

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Наука о данных и аналитика больших объемов данных»

Учебный курс «Наука о данных и аналитика больших объемов данных» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина «Наука о данных и аналитика больших объемов данных» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины «Наука о данных и аналитика больших объемов данных» составляет 1 зачетные единицы, 36 часа. Учебным

планом предусмотрены лекции (4 часа), практические занятия - 6 часов, самостоятельная работа студентов (22 часа, в том числе на подготовку 4 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

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

Содержание дисциплины состоит из самостоятельных тем и охватывает следующий круг вопросов: технологии многомерного анализа данных, интеллектуальный анализ данных (Data Mining), их применении и инструменты, основные методы прикладного анализа данных, методы многомерного анализа и Data Mining для решения различных научных и технических задач.

Цель – призвана сформировать у студентов системное представление о технологиях многомерного анализа данных, интеллектуального анализа данных (Data Mining), их применении и инструментах, изучить основные методы прикладного анализа данных, развить навыки исследования различных процессов на ЭВМ, практического применения методов многомерного анализа и Data Mining для решения различных научных и технических задач.

Задачи:

- формирование представлений о целях, способах реализации и инструментах многомерного анализа данных;
- изучение сфер применения, методов и средств DataMining;
- формирование практических навыков анализа данных;
- получение теоретических знаний и практических навыков при решении типовых экономических задач;
- изучение основ построения систем поддержки принятия решений;
- рассмотрение структуры и функций хранилищ данных.

Для успешного изучения дисциплины «Наука о данных и аналитика больших объемов данных» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;
- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность;
- способность собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;
- способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;
- способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет.

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	<ul style="list-style-type: none"> • основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности
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	<ul style="list-style-type: none"> • знать основные методы сбора информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • производить анализ информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной деятельности
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методикой осуществления сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Наука о данных и аналитика больших объемов данных» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, мозговой штурм, метод составления интеллект-карт, проблемное обучение.

Аннотация дисциплины

Инновационная экономика и технологическое предпринимательство

Учебный курс «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (130 часов, в том числе 4 часа на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на 2 курсе.

Изучение дисциплины «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Статистика», «Макроэкономика», «Микроэкономика».

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-11 - готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя	Знает	значение маркетинговых исследований в управлении предприятием; этапы процесса маркетингового исследования; этапы разработки программы маркетинговых исследований; виды исследовательских проектов; формы составления отчета об исследовании;
	Умеет	разрабатывать программу маркетингового исследования;

		<p>разрабатывать подход к маркетинговым исследованиям;</p> <p>разрабатывать инструментарий для сбора данных;</p> <p>собирать информацию из вторичных источников;</p> <p>использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;</p>
	Владеет	<p>методами проведения маркетинговых исследований;</p> <p>коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований;</p> <p>приемами формирования выборки;</p> <p>методами статистического анализа данных.</p>
ПК-16 готовностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя	Знает	- значимость и характер влияния групп факторов на формирование и реализацию гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.
	Умеет	анализировать рыночные позиции предприятий гостиничной индустрии.
	Владеет	методами исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.
ПК-17 готовностью к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности	Знает	- значимость и характер влияния групп факторов на организацию и выполнение проектов в гостиничной деятельности
	Умеет	анализировать рыночные позиции предприятий гостиничной индустрии и выполнять проекты в гостиничной деятельности
	Владеет	методами организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Финансы»

Учебный курс «Финансы» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 12 часов (лекции - 6 часов, практические занятия - 6 часов), (самостоятельная работа – 92, в том числе на подготовку зачёта 4 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе, в третьем семестре, заканчивается сдачей зачета.

Дисциплина «Финансы» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Ценообразование», «Управление продажами».

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

1. Финансы как экономическая категория

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

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

2. Финансовая система

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

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

3. Финансы домашних хозяйств

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

4. Финансы хозяйствующих субъектов

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

5. Государственные и муниципальные финансы

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

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

государственного бюджета.

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

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

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

6. Рынок ценных бумаг

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

7. Международные финансы

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

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

Задачи:

1. изучение сущности, функций, специфических признаков финансов и кредита, определение их роли и места в системе денежных отношений рыночного хозяйствования;
2. получение комплексного представления о государственных

финансах, их роли в регулировании экономики; рассмотрение бюджета как основного звена финансовой системы страны.

Э.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 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 проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

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

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 частнопровом секторе экономики
	Умеет	решать профессиональные задачи, анализировать, разрабатывать и проводить оценку стратегии в частнопровом секторе экономики
	Владеет	навыками решения профессиональных задач, анализа, разработки и оценки стратегии в частнопровом секторе экономики

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

Аннотация дисциплины

Маркетинг

Учебный курс «Маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина «Маркетинг» включена в состав базовой части профессионального цикла ОПОП.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы / 108 академических часа. Дисциплина включена в обязательную часть профессионального цикла, изучается на 2 курсе и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 4

часа, практических 6 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 98 часа, в том числе 4 часа на подготовку к зачету.

Дисциплина «Маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Современные информационные технологии», «Проектная деятельность», «Сервисная деятельность» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Организация планирования и развития гостиничного хозяйства», «Технологии продвижения гостиничного продукта», «Гостиничный менеджмент», «Организация выставочной деятельности» и др.

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

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

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

3

Целевой маркетинг: сегментирование рынка: понятие, виды, этапы, признаки сегментирования на потребительском и деловом рынках, понятие и стратегии позиционирования, стратегий и инноваций комплекса маркетинга: понятие и основные уровни товара, классификация товаров в маркетинге, жизненный цикл товара, структура и основные виды товарной политики, комплекс

решений в рамках товарной политики, управление рыночными атрибутами товара, разработка и выведение нового товара на рынок.

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

Понятие и структура сбыта, понятие и структура сбытовой политики, каналы сбыта/распределения и их системы, конфликты в каналах

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

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

е **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.

н **Задачи:**

я • 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.);

о

в

а

р

- 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	
ПК-10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	Знает	современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем
	Умеет	применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем
	Владеет	современными технологиями гостиничной деятельности в работе с потребителем
ПК-9 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений	Знает	теоретические основы сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
	Умеет	выявлять потребности потребителя
	Владеет	навыками формирования гостиничного продукта, развития клиентурных отношений

ПК-11 готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя	Знает	теоретические основы оптимизации технологических процессов в гостиничной деятельности
	Умеет	использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности
	Владеет	навыками применения технологических процессов в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя

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

Аннотация дисциплины

Мировая экономика

Учебный курс «Мировая экономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» образовательная программа «Маркетинг».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (87 часа, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Мировая экономика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Макроэкономика», «Статистика» и позволяет подготовить студентов к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины состоит из 12 основных тем и охватывает следующий круг вопросов:

- сущность, структура мирового хозяйства;
- развитие международного разделения труда;
- макроэкономические показатели, используемые в международном сопоставительном анализе;
- теории мировой экономики;
- современная мировая экономика;
- теории международной торговли; международное движение капитала;
- ресурсная база мирового хозяйства; отраслевая структура мировой экономики;
- международная конкурентоспособность стран;
- транснациональные корпорации в мировой экономике;
- экономический рост;
- экономика мыльных пузырей и другие.

Цели - формирование у обучаемых современных знаний о мировой экономике как глобальной системы; знакомство слушателей с основными концепциями, реальной структурой и законами мировой экономики; изучение мирохозяйственных связей и раскрытие наиболее общих закономерностей развития мирового хозяйства и национальных экономик.

Задачи:

- сформировать представление о сущности мировой экономики, ее структуре и основных этапах развития;
- разъяснить сущность системы международного разделения труда и современных тенденциях его развития;
- раскрыть место и роль национальной экономики конкретной страны в мировом хозяйстве;
- сформировать общую картину экономических связей и взаимоотношений субъектов мировой экономики;
- сформировать навыки исследования современных форм и тенденций

развития мирового хозяйства как глобальной системы взаимосвязей, охватывающих мировую экономику;

- приобретение студентами навыков применения основных инструментов современного качественного и количественного анализа развития мирового хозяйства;

- совершенствование навыков мышления, исходящего из экономических реалий современной мировой экономики.

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

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

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

- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;

- способность 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 профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-6 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	Знает	основные понятия, категории и закономерности мирового хозяйства
	Умеет	ориентироваться в инструментарии анализа мировой экономики
	Владеет	навыками работы с научно-методической литературой
ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет	Знает	место и роль отдельных национальных экономик в мировом хозяйстве
	Умеет	использовать источники экономической и социальной информации, осуществлять поиск информации по полученному заданию
	Владеет	навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мировая экономика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия с созданием интеллект-карты, круглый стол, проблемный семинар.

Аннотация дисциплины

Основы проектной деятельности

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

заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 час.), самостоятельная работа студентов (128 час. в том числе 4 часа на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на 2 курсе. Форма контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Дисциплина «Основы проектной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Управленческое мышление», «Экономическое мышление», «Риторика и академическое письмо», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин как «Проектная деятельность», «Strategic Management and Leadership in the Hospitality Industry (Стратегический менеджмент и лидерство в индустрии гостеприимства)», «EVENT-туризм», «Проектирование предприятий питания», «Communication Skills for Tourism and Hospitality (Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве)», «Симулятор».

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 логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации;
- 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-3 способностью 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-13 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать 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-14 способностью 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 дисциплины

Симулятор

Учебный курс «Симулятор» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки: заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина «Симулятор» относится к разделу вариативной части учебного плана и реализуется на 2-3 курсах. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 144 академических часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 час.), практические занятия (6 час.) и самостоятельная работа (126 час. в т.ч. на подготовку к зачету 8 час.). Дисциплина реализуется на 2,3 курсах.

Учебный курс «Симулятор» реализуется на всех 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», «Экономический анализ», «Маркетинг», «Проектная деятельность», «Финансы», «Бухгалтерский учет», «Основы управления персоналом», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство». 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 компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 - готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений	Знает	Основы сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений
	Умеет	Выявлять потребности потребителя, формировать гостиничный продукт, развивать клиентурные отношения

	Владеет	Практическими навыками кв сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений
ПК-10 - готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	Знает	Техники ведения переговоров
	Умеет	Выстроить диалог с потребителями и партнерами
	Владеет	Практическими навыками ведения переговоров

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 дисциплины

Элективные курсы по физической культуре и спорту

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» предназначена для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Трудоемкость дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» составляет 328 академических часа. Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана. Курс является продолжением дисциплины «Физическая культура и спорт» и связан с дисциплиной «Основы проектной деятельности», поскольку нацелен на формирование навыков командной работы, а также с курсом «Безопасность жизнедеятельности», поскольку физическая активность рассматривается, как неотъемлемая компонента

качества жизни. Учебным планом предусмотрено 328 часов практических занятий.

Цель изучаемой дисциплины - 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 изучаемой дисциплины:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли в формировании здорового образа жизни;
- овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

Для успешного изучения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции):

- умение использовать разнообразные средства двигательной активности в индивидуальных занятиях физической культурой, ориентированных на повышение работоспособности, предупреждение заболеваний;
- наличие интереса и привычки к систематическим занятиям физической культурой и спортом;

• владение системой знаний о личной и общественной гигиене, знаниями о правилах регулирования физической нагрузки.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-15 ¹ способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает	-общие теоретические аспекты о занятиях физической культурой, их роль и значение в формировании здорового образа жизни; - принципы и методику организации, судейства физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий
	Умеет	- самостоятельно выстраивать индивидуальную траекторию физкультурно-спортивных достижений; -использовать разнообразные средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, повышения работоспособности; -использовать способы самоконтроля своего физического состояния; - работать в команде ради достижения общих и личных целей
	Владеет	-разнообразными формами и видами физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни; -способами самоконтроля индивидуальных показателей здоровья, физической подготовленности; - двигательными действиями базовых видов спорта и активно применяет их в игровой и соревновательной деятельности; - системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья
ОК-14 способностью к самоорганизации и самообразованию;	Знает	-общие теоретические аспекты о занятиях физической культурой, их роль и значение в формировании здорового образа жизни; - принципы и методику организации, судейства физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий
	Умеет	- самостоятельно выстраивать индивидуальную траекторию физкультурно-спортивных достижений; -использовать разнообразные средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, повышения работоспособности; -использовать способы самоконтроля своего физического состояния; - работать в команде ради достижения общих и личных целей

¹ Для направлений подготовки: 46.03.01 История, 37.03.02 Конфликтология – ОК-14; 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, 42.03.02 Журналистика – ОК-16; 34.03.01 Сестринское дело – ОК-13; 41.03.05 Международные отношения – ОК-17; 41.03.01 Зарубежное регионоведение – ОК-19.

	Владеет	-разнообразными формами и видами физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни; -способами самоконтроля индивидуальных показателей здоровья, физической подготовленности; - двигательными действиями базовых видов спорта и активно применяет их в игровой и соревновательной деятельности; - системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья
--	---------	---

Аннотация дисциплины

Философия

Учебный курс «Философия» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (98 час., в том числе 9 часов на подготовку к экзамену); дисциплина реализуется на 3 курсе.

Дисциплина «Философия» логически и содержательно связана с таким курсом, как «История», и призвана способствовать созданию у студентов целостного системного представления о мире и месте в нём человека; стимулировать потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности; расширять эрудицию будущих специалистов и обогащать их духовный мир; помогать формированию личной ответственности и самостоятельности; развивать интерес к фундаментальным знаниям.

Содержание дисциплины состоит из двух частей: исторической и теоретической. В ходе освоения историко-философской части студенты знакомятся с процессом смены в истории человечества типов познания, обусловленных спецификой культуры отдельных стран и исторических эпох, его закономерностями и перспективами. Теоретический раздел включает в

себя основные проблемы бытия, познания, человека, культуры и общества, рассматриваемые как в рефлексивном, так и в ценностном планах.

Цель – научить мыслить самостоятельно, критически оценивать потоки информации, творчески решать профессиональные задачи, владеть современными методами анализа научных фактов и явлений общественной жизни, уметь делать выводы и обобщения; освоить опыт критического мышления в истории философии.

Задачи:

- овладеть культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформлять результаты мыслительной деятельности;
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- 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;
- приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии;
- вырабатывать способность использовать знание и понимание проблем человека в современном мире, ценностей мировой и российской культуры, развитие навыков межкультурного диалога;
- воспитывать толерантное отношение к 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 и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-8 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	Знает	историю развития основных направлений человеческой мысли
	Умеет	владеть навыками участия в научных дискуссиях, выступать с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственного исследования
	Владеет	культурой мышления; способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей их достижения

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

Аннотация дисциплины

Правоведение

Дисциплина «Правоведение» разработана для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина «Правоведение» входит в базовую часть учебного плана. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час.

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 час.), самостоятельная работа студентов (102 час., в том числе 4 час. на подготовку к зачету). Формой контроля является зачет. Дисциплина реализуется на 3 курсе.

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

Цели и задачи освоения дисциплины.

Цель изучения курса «Правоведение» направлено на формирование у студентов неюридических специальностей правовой культуры и правосознания, умение ориентироваться в жизненных и профессиональных ситуациях с позиций закона и права.

Задачи изучения курса:

- 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.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавра.

Дисциплина «Правоведение» тесно взаимосвязана с такими дисциплинами как «Философия», «История» и др.

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

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

В результате освоения дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные / общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-11 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	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

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Экономическая социология»

Учебный курс «Экономическая социология» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело заочной формы обучения с использованием дистанционных образовательных технологий. Дисциплина «Экономическая социология» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часов), практические занятия – 6 часов; самостоятельная работа (98 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Экономическая социология» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Управленческое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Математика в экономике» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг».

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

1. Сфера труда как объект изучения, функционирование рынка труда в условиях рыночной экономики, классические и современные теоретические и прикладные работы отечественных и зарубежных авторов в области экономики труда по таким тематическим блокам, как предложение труда и спрос на труд (в т.ч. модели рынка труда и влияние миграции на рынок труда).

2. Занятость и безработица, дискриминация на рынке труда и деятельность профсоюзов, государственное регулирование рынка труда, рынки труда в переходных экономиках.

3. Качество труда (человеческий капитал, инвестиции в человеческий капитал), заработная плата работников в рыночных условиях, производительность труда, организация и нормирование труда работников, эффективность труда.

4. Социальная структура трудовой организации, трудовое поведение в рыночных условиях хозяйствования, система социальных гарантий в сфере труда.

5. Трудовая социализация, адаптация и мобильность, профессии и профессиональная структура, мотивация персонала, социальные концепции человеческого капитала, социология трудового коллектива.

Цель – усвоение студентами теоретических основ экономики и социологии труда и овладение практическими навыками по разработке мероприятий в части рационального использования и развития человеческих ресурсов, сокращения издержек на рабочую силу.

Задачи:

- сформировать общие представления о роли и месте курса в системе гуманитарных, общепрофессиональных и специальных экономических дисциплин, закономерностях развития экономики, основных экономических проблемах и концепциях социально-экономического развития, путях практического использования выводов и рекомендаций экономики и социологии труда в реальной экономической практике;

- способствовать освоению методов исследования системы экономических категорий и законов; концепций и подходов виднейших представителей мировой экономической мысли к проблемам труда и сущности трудовой деятельности;

- способствовать овладению методами планирования и прогнозирования трудовых показателей предприятия, фирмы и их структурных подразделений,
- сформировать умения применять полученные знания для принятия экономических решений, разработки практических рекомендаций по совершенствованию социально-трудовой деятельности фирм в краткосрочном и долгосрочном периодах.

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

- владение навыками разработки и реализации социальной и кадровой политики государства и организации, навыками стратегического управления персоналом и кадрового планирования;
- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического	знает	<ul style="list-style-type: none"> • основные понятия, идеи, методы, связанные с дисциплинами фундаментальной математики, информатики, математического моделирования

и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	умеет	<ul style="list-style-type: none"> • систематизировать методы фундаментальной математики для построения математических моделей в элементарных прикладных задачах, описывать основные этапы построения алгоритмов
	владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методологией математического моделирования, навыками сбора и работы с математическими источниками информации, теоретическими основами построения алгоритмов
ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	знает	<ul style="list-style-type: none"> • цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и деятельности методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб; • основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, • методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль
	умеет	<ul style="list-style-type: none"> • выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка
	владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; • умением проводить маркетинговые исследования

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Экономическая социология» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), кейс-стади; тестирование; составление и решение кроссворда; работа в малых группах; дискуссия; деловая игра; ролевая игра.

Аннотация дисциплины

Логистика

Учебный курс дисциплины «Логистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часа. Учебным планом предусмотрены лекции 6 часов; практические занятия (12 часов); самостоятельная работа (151 часа, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Основы проектной деятельности», «Проектная деятельность», «Маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика закупок и транспорта», «Логистика складирования и запасов», «Управление транспортными системами», «Логистика распределения», «Торговый маркетинг», «Таможенное дело» и др.

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.

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

- способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей,

проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность;

- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - знает логистические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; - знает перечень исходных данных, необходимых для расчета логистических показателей деятельности хозяйствующих субъектов; - основы управления логистическими процессами; - логистические принципы управления различными процессами хозяйствующих субъектов; - логистические подходы и методы оптимизации
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета логистических показателей деятельности хозяйствующих субъектов; - решать проблемы межфункциональной и межорганизационной логистической координации; - осуществлять сквозное управление материальными и информационными потоками; - управлять логистическими процессами в логистических системах хозяйствующих субъектов; - изыскивать оптимальные логистические схемы
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью проанализировать исходные данные, необходимые для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; - способностью управлять логистическими процессами на предприятии; - способностью изыскивать оптимальные логистические системы; - логистическими принципами управления различными процессами на предприятии; - логистическими подходами и методами для

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

Аннотация дисциплины *«Экономический анализ»*

Учебный курс «Экономический анализ» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 – 6 часов, практические занятия – 9 часов), самостоятельная работа студентов (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе, в 6 семестре, заканчивается сдачей экзамена.

Дисциплина «Экономический анализ» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Математика в экономике» и других и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность», «Предпринимательство» и другие.

Содержание дисциплины состоит из 9 тем и 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 - 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:

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

Код и формулировка компетенции			Этапы формирования компетенции
ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает		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 интерактивного обучения:

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

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

Аннотация дисциплины

Проектная деятельность

Учебный курс «Проектная деятельность» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», форма обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (22 часа), самостоятельная работа студентов (266 часов). Дисциплина реализуется на, 3, 4, 5 курсах. Форма контроля: зачет, курсовой проект (3,5 курсы).

Дисциплина «Проектная деятельность» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Симулятор» и позволяет подготовить студентов к самостоятельной аналитической, проектной и исследовательской деятельности при прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

Целью изучения дисциплины «Проектная деятельность» является формирование знаний, умений и навыков в области проектной деятельности.

Задачи дисциплины:

- 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 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 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	Знает	Основные требования к обеспечению безопасности информации
	Умеет	Пользоваться базами данных и другими информационными источниками применяя методы обеспечения сохранности информации
	Владеет	Навыками защиты личной и корпоративной информации

информационной безопасности (формируется)		
ОПК-2 - способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;	Знает	Принципы составления баз данных для анализа деятельности хозяйствующих субъектов
	Умеет	Рассчитывать показатели деятельности хозяйствующих субъектов
	Владеет	Навыками анализа показателей деятельности хозяйствующих субъектов, отраслей, рынков
ОПК-3 - способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Знает	Основные статистические методы обработки экономических данных
	Умеет	Подбирать перечень показателей для характеристики и анализа хозяйственной ситуации в соответствии с поставленной задачей
	Владеет	Навыками анализа показателей деятельности хозяйствующих субъектов и презентации обоснованности сделанных выводов
ПК-9 способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	Знает	принципы организации работы малой группы, типовые экономические проекты, принадлежность фирм к отраслям деятельности, формы и показатели деятельности фирм
	Умеет	организовывать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта, применять основные принципы организации для реализации конкретного экономического проекта
	Владеет	методами организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта
ПК-10 способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Знает	Принципы и методы дизайн-мышления, необходимые для своевременного получения качественных результатов проекта, принципы управления проектами на основе гибких фреймворков Скрам и Канбан
	Умеет	Разрабатывать продукт 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	Навыками разработки и управления проектами на основе принципов дизайн-мышления

Аннотация 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», форма обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий. Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (130 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Управленческое мышление», «Мировая экономика», «Маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международный маркетинг» и «Цифровые трансформации и глобальное общество».

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

1. Среда ведения международного бизнеса: глобализационные процессы в мировой экономике; понятие международного бизнеса; причины вовлечения фирм в международный бизнес; формы международного бизнеса; поведенческие факторы, влияющие на деловую практику разных стран; сложности межкультурной коммуникации; управление политическими рисками; правовая среда; основные юридические вопросы, стоящие перед

международными компаниями; экономическая свобода; различия в уровне экономического развития стран и их влияние на деятельность международных компаний; макроэкономическая нестабильность, экономические кризисы; тенденции развития международной торговли; валютный курс и его формирование; управление валютными рисками; международные финансовые потоки; международные биржи; роль банков в ВЭД; валютное регулирование и валютный контроль; офшоры.

2. Стратегии международного бизнеса: оценка международной конкурентоспособности компании; поиск возможностей на зарубежных рынках; источники получения прибыли за счет глобального расширения; факторы, влияющие на стратегический выбор; различные конкурентные стратегии на международном рынке, и их плюсы и минусы; использование стратегических альянсов для поддержки глобальных стратегий.

3. Операционная составляющая международного бизнеса: экспортно-импортные операции; встречная торговля; реэкспорт, реимпорт; виды торгово-посреднических операций; институциональные посредники; транспортное обеспечение ВЭД; документальное оформление международных перевозок; таможенное оформление; страхование ВЭД; управление производством и цепочками поставок; различные аспекты стратегии глобального производства; ключевые факторы в успешном глобальном управлении цепочками поставок; функционирование сети поставщиков; эффективное управление складскими запасами; особенности международной торговли услугами; способы международной торговли услугами. результаты интеллектуальной деятельности как объект международной торговли.

Цель - сформировать у студентов базовое представление о ведении бизнеса на международных рынках.

Задачи:

- изучить среду ведения международного бизнеса: культурную, политическую, экономическую

- изучить формы и методы выхода компании на международный рынок

- дать представление об рутинных операциях во внешнеэкономической деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» 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 в различных сферах деятельности;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном (английском) языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Знает	инструментальные средства визуализации экономических данных; современные технические средства и информационные технологии;
	Умеет	эффективно презентовать результаты проделанных расчетов использовать современные технические средства и информационные технологии в решении коммуникативных задач
	Владеет	навыками использования современных технических средств и информационных технологий в решении коммуникативных задач в международном бизнесе
ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социальноэкономических показателей,	Знает	основные методы (тарифные и нетарифные) государственного регулирования внешнеэкономической деятельности; формы и методы международной торговли, товарами, услугами и правами на интеллектуальную собственность; основные источники и способы получения данных по международной экономической статистике;

характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Умеет	находить и систематизировать информацию о мировых ценах и мировых рынках; оценивать риски в международном бизнесе
	Владеет	методами и приемами сбора и работы с международной экономической статистикой;
ПК-2 способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	Знает	основные подходы к экономикотеоретическому моделированию поведения субъектов международного бизнеса. содержание основных нормативно-правовых актов, в том числе международных, регулирующих международный бизнес;
	Умеет	оценивать влияние тарифных и нетарифных методов регулирования международной торговли на ценообразование; рассчитывать основные экономические показатели, характеризующие деятельность субъектов международного бизнеса;
	Владеет	навыками системного анализа на микро- и макроуровне экономических процессов, влияющих на условия ведения международного бизнеса;
ПК-11 способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социальноэкономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Знает	теории и методы, позволяющие проводить комплексный анализ и разработку вариантов управленческих решений на основе обоснованного выбора критериев социальноэкономической эффективности
	Умеет	анализировать конкретную экономическую ситуацию с помощью разработки вариантов экономических решений и обосновывать их выбор на основе критериев социальноэкономической эффективности
	Владеет	навыками использования инструментов по разработке вариантов управленческих решений и обоснования их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности

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

Аннотация дисциплины
«Маркетинг в социальных медиа»

Учебный курс «Маркетинг в социальных медиа» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» включена в состав вариативной 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 студентов (124 часов, в том числе на подготовку 4 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Современные информационные технологии», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации» и «Маркетинг инноваций».

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

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

Задачи:

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

- раскрыть возможности использования социальных сетей в деятельности предприятий и проанализировать существующие типы представленности компаний в социальных сетях;

- рассмотреть процесс управления маркетингом в социальных сетях;

- проанализировать технологии и инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

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

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность к выявлению и	Знает	- сущность диджитал-маркетинга, основные треки дорожной карты и содержание маркетинга в социальных медиа

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

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

Аннотация дисциплины *«Коммерческая деятельность»*

Учебный курс «Коммерческая деятельность» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина 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 (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление продажами», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения».

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

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

Задачи:

- сформировать умение управлять ассортиментом и качеством товаров
- 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

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:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК -3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы
	Умеет	пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство
	Владеет	методами анализа требований нормативных документов и их применения в коммерческой деятельности предприятия

а

к

л

ю

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	особенности управления ассортиментом и качеством товаров
	Умеет	оценить качество товаров, обеспечить необходимый уровень качества товаров и процесс хранения товаров
	Владеет	методами контроля качества товаров, осуществления управления ассортиментом товаров предприятия
ПК - 2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	особенности организации и управления основными коммерческими процессами (торгово-технологическими, хранения, закупки и сбыта) на предприятии любого типа
	Умеет	осуществить управление основными коммерческими процессами предприятия с целью минимизации затрат и получения прибыли
	Владеет	методами оценки эффективности управления основными коммерческими процессами и операциями с учетом отраслевой специфики предприятия
ПК - 6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать 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 дисциплины

Маркетинговые исследования

Учебный курс «Маркетинговые исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинг», «Статистика», «Экономический анализ» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Цифровой маркетинг», «Маркетинг инноваций»; к прохождению учебной и производственной практик.

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 и бенчмаркинг» разработан электронный учебный курс в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ.

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

Задачи:

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

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

- знание функций маркетинга на предприятии;
- знания о выявлении, формировании и удовлетворении

потребностей;

- способность участвовать в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
- умение использовать информационные технологии для решения задач в области маркетинга, коммерции, рекламы.
- способность обобщать, анализировать информацию и использовать ее для разработки планов и программ;
- владение навыками применения статистических методов анализа данных.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 - способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет (компетенция формируется)	Знает	значение маркетинговых исследований в управлении предприятием; этапы процесса маркетингового исследования; этапы разработки программы маркетинговых исследований; формы составления отчета об исследовании; методы проведения количественных исследований; методы проведения качественных исследований; методы статистического анализа данных
	Умеет	разрабатывать программу маркетингового исследования; разрабатывать подход к маркетинговым исследованиям; разрабатывать инструментарий для сбора данных; формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней; собирать информацию из вторичных источников; использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	методами проведения маркетинговых исследований; коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований; приемами формирования выборки;

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 дисциплины *«Бухгалтерский (финансовый) учет»*

Учебный курс «Бухгалтерский (финансовый) учет» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», форма обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (128 часов, в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Бухгалтерский (финансовый) учет» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в экономику», «Микроэкономика», «Финансы», «Экономический анализ» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Основы международного бизнеса» и прохождения производственных практик (в расчетно-экономической деятельности, в организационно-управленческой деятельности, преддипломной).

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

1. Теоретические и организационно-правовые аспекты бухгалтерского (финансового) учёта: понятие и виды учёта в сфере экономики; базовые принципы учёта; краткий очерк исторического развития бухгалтерского учёта; система нормативного регулирования бухгалтерского (финансового) учёта; учёт, их содержание и стадии проведения.
2. Методология ведения бухгалтерского (финансового) учёта: учёт, средств труда; учёт предметов труда; учёт труда и его оплаты;

особенности

проведения учёта отдельных объектов бухгалтерского наблюдения.

Цель - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области учёта финансово-хозяйственной деятельности.

Задачи:

- изучение базовых принципов, методических подходов и приемов бухгалтерского (финансового) учёта финансово-хозяйственной деятельности;
- формирование практических умений и навыков в области учёта финансово-хозяйственной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать

полученные сведения для принятия управленческих решений;

- 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность осуществлять сбор,	Знает	теоретические основы сбора, хранения, обработки и анализа данных
анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Умеет	применять методы сбора, хранения, обработки и анализа данных для организации и управления хозяйственно-экономической деятельностью
	Владеет	навыками документационного и информационного обеспечения экономической деятельности организации
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Знает	порядок ведения бухгалтерского учета и аудита, традиционные методы экономического анализа, необходимые для составления экономических разделов планов расчеты
	Умеет	применять традиционные способы и приёмы экономического анализа для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы
	Владеет	навыками составления экономических разделов планов расчеты, обоснования их и представления результатов в соответствии с принятыми в организации стандартами
ПК-5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	Знает	принципы, методы и технологии анализа бухгалтерской финансовой отчетности
	Умеет	анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности различных субъектов хозяйствования, использовать результаты анализа для принятия управленческих решений
	Владеет	навыками анализа бухгалтерской финансовой отчетности и принятия управленческих решений

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: ситуационный анализ, кейс-стади.

Аннотация дисциплины

«Основы бизнеса»

Учебный курс «Основы бизнеса» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (91 часа, в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Основы бизнеса» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая социология», «Эконометрика», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Технологическая практика (в проектной; торгово-технологической деятельности)», «Преддипломная практика», «Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты».

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

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

наблюдения. Основные пункты программы выборочного обследования. Инструментарий наблюдения (формуляр, инструкция). Комбинирование выборочного и сплошного наблюдения.

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

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

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

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

Задачи:

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

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	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-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	основные финансовые понятия, инструменты, методики и технологии, используемые при анализе, оценке и разработке стратегии в частноправовом секторе экономики
	Умеет	решать профессиональные задачи, анализировать, разрабатывать и проводить оценку стратегии в частноправовом секторе экономики
	Владеет	навыками решения профессиональных задач, анализа, разработки и оценки стратегии в частноправовом секторе экономики

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

Аннотация дисциплины
«Маркетинг в социальных медиа»

Учебный курс «Маркетинг в социальных медиа» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» включена в состав вариативной 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 студентов (124 часов, в том числе на подготовку 4 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Современные информационные технологии», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации» и «Маркетинг инноваций».

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

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

Задачи:

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

- раскрыть возможности использования социальных сетей в деятельности предприятий и проанализировать существующие типы представленности компаний в социальных сетях;

- рассмотреть процесс управления маркетингом в социальных сетях;

- проанализировать технологии и инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

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

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность к выявлению и	Знает	- сущность диджитал-маркетинга, основные треки дорожной карты и содержание маркетинга в социальных медиа

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

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

Аннотация дисциплины *«Коммерческая деятельность»*

Учебный курс «Коммерческая деятельность» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина 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 (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление продажами», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения».

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

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

Задачи:

- сформировать умение управлять ассортиментом и качеством товаров
- 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

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:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК -3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы
	Умеет	пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство
	Владеет	методами анализа требований нормативных документов и их применения в коммерческой деятельности предприятия

а

к

л

ю

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	особенности управления ассортиментом и качеством товаров
	Умеет	оценить качество товаров, обеспечить необходимый уровень качества товаров и процесс хранения товаров
	Владеет	методами контроля качества товаров, осуществления управления ассортиментом товаров предприятия
ПК - 2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	особенности организации и управления основными коммерческими процессами (торгово-технологическими, хранения, закупки и сбыта) на предприятии любого типа
	Умеет	осуществить управление основными коммерческими процессами предприятия с целью минимизации затрат и получения прибыли
	Владеет	методами оценки эффективности управления основными коммерческими процессами и операциями с учетом отраслевой специфики предприятия
ПК - 6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать 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 дисциплины

Маркетинговые исследования

Учебный курс «Маркетинговые исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинг», «Статистика», «Экономический анализ» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Поведение потребителей», «Цифровой маркетинг», «Маркетинг инноваций»; к прохождению учебной и производственной практик.

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 и бенчмаркинг» разработан электронный учебный курс в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ.

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

Задачи:

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

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

- знание функций маркетинга на предприятии;
- знания о выявлении, формировании и удовлетворении

потребностей;

- способность участвовать в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
- умение использовать информационные технологии для решения задач в области маркетинга, коммерции, рекламы.
- способность обобщать, анализировать информацию и использовать ее для разработки планов и программ;
- владение навыками применения статистических методов анализа данных.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 - способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет (компетенция формируется)	Знает	значение маркетинговых исследований в управлении предприятием; этапы процесса маркетингового исследования; этапы разработки программы маркетинговых исследований; формы составления отчета об исследовании; методы проведения количественных исследований; методы проведения качественных исследований; методы
	Умеет	разрабатывать программу маркетингового исследования; разрабатывать подход к маркетинговым исследованиям; разрабатывать инструментарий для сбора данных; формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней; собирать информацию из вторичных источников; использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	методами проведения маркетинговых исследований; коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований; приемами формирования выборки; методами статистического анализа данных.

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 дисциплины *«Бухгалтерский (финансовый) учет»*

Учебный курс «Бухгалтерский (финансовый) учет» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», форма обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (128 часов, в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Бухгалтерский (финансовый) учет» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в экономику», «Микроэкономика», «Финансы», «Экономический анализ» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Основы международного бизнеса» и прохождения производственных практик (в расчетно-экономической деятельности, в организационно-управленческой деятельности, преддипломной).

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

3. Теоретические и организационно-правовые аспекты бухгалтерского (финансового) учёта: понятие и виды учёта в сфере экономики; базовые принципы учёта; краткий очерк исторического развития бухгалтерского учёта; система нормативного регулирования бухгалтерского (финансового)

учёта; учёт, их содержание и стадии проведения.

4. Методология ведения бухгалтерского (финансового) учёта: учёт, средств труда; учёт предметов труда; учёт труда и его оплаты;

особенности

проведения учёта отдельных объектов бухгалтерского наблюдения.

Цель - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области учёта финансово-хозяйственной деятельности.

Задачи:

- изучение базовых принципов, методических подходов и приемов бухгалтерского (финансового) учёта финансово-хозяйственной деятельности;
- формирование практических умений и навыков в области учёта финансово-хозяйственной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать

полученные сведения для принятия управленческих решений;

- 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность осуществлять сбор,	Знает	теоретические основы сбора, хранения, обработки и анализа данных
анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Умеет	применять методы сбора, хранения, обработки и анализа данных для организации и управления хозяйственно-экономической деятельностью
	Владеет	навыками документационного и информационного обеспечения экономической деятельности организации
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Знает	порядок ведения бухгалтерского учета и аудита, традиционные методы экономического анализа, необходимые для составления экономических разделов планов расчеты
	Умеет	применять традиционные способы и приёмы экономического анализа для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы
	Владеет	навыками составления экономических разделов планов расчеты, обоснования их и представления результатов в соответствии с принятыми в организации стандартами
ПК-5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	Знает	принципы, методы и технологии анализа бухгалтерской финансовой отчетности
	Умеет	анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности различных субъектов хозяйствования, использовать результаты анализа для принятия управленческих решений
	Владеет	навыками анализа бухгалтерской финансовой отчетности и принятия управленческих решений

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бухгалтерский (финансовый) учет» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: ситуационный анализ, кейс-стади.

Аннотация дисциплины

«Основы бизнеса»

Учебный курс «Основы бизнеса» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (91 часа, в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Основы бизнеса» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая социология», «Эконометрика», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Технологическая практика (в проектной; торгово-технологической деятельности)», «Преддипломная практика», «Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты».

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

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

наблюдения. Основные пункты программы выборочного обследования. Инструментарий наблюдения (формуляр, инструкция). Комбинирование выборочного и сплошного наблюдения.

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

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

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

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

Задачи:

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

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	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-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	основные финансовые понятия, инструменты, методики и технологии, используемые при анализе, оценке и разработке стратегии в частноправовом секторе экономики
	Умеет	решать профессиональные задачи, анализировать, разрабатывать и проводить оценку стратегии в частноправовом секторе экономики
	Владеет	навыками решения профессиональных задач, анализа, разработки и оценки стратегии в частноправовом секторе экономики

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

Аннотация 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, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы - 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 час.), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Маркетинг» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Логистика запасов».

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 дисциплины

«Поведение потребителей»

Учебный курс «Поведение потребителей» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (10 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (151 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Поведение потребителей» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинг» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажи», «Маркетинговое управление», «Цифровой маркетинг и социальные сети».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: поведение потребителей и маркетинг, факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение и организационное покупательское поведение потребителей.

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

Задачи:

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

решения конкретных маркетинговых задач.

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет	Знает	содержание поведения потребителей, 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	используя отечественные и зарубежные источники информации 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, кейс-задача, реферат.

Аннотация дисциплины

«Предпринимательство»

Учебный курс «Предпринимательство» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 (6 часов), практические работы (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 6 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 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности	Знает	нормативно-правовую базу в профессиональной деятельности и области предпринимательства
	Умеет	применить конкретные положения нормативных и правовых документов в предпринимательской деятельности

(коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Владеет	навыками использования нормативных и правовых документов для составления отчетности в предпринимательской деятельности
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	сущность предпринимательства и нормативные акты предпринимательской деятельности; понятие «рыночная возможность» и «бизнес-модель»; методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	Владеет	навыками применения методов оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-13 готовность 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 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	понятия «бизнес-планирование», «организация»; «продукт, товар, услуга»
	Умеет	разработать бизнес-план создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
	Владеет	навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) и его оценки

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 дисциплины

«Ценообразование»

Учебный курс «Ценообразование» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с

использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (10 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (151 час, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Ценообразование» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Предпринимательство», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Коммерческая деятельность», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Торговый маркетинг», «Логистика складирования».

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 дисциплины

«Товароведение потребительских товаров»

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

обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий. Дисциплина «Товароведение потребительских товаров» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе..

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Введение в экономику», «Основы проектной деятельности», «Коммерческая деятельность», «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования» / «Технологии анализа рынка», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектная деятельность», «Управление продажами», «Международный маркетинг» / «Маркетинг по отраслям и сферам применения», «Логистика закупок и транспорта», «Торговый маркетинг», «Логистика складирования запасов» / «Логистика распределения», «Брендинг» / «Мерчандайзинг».

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

1. Теоретические основы товароведения: основные понятия, цели, принципы, методы товароведения; объекты и субъекты товароведной деятельности; классификация и ассортимент потребительских товаров: понятие, классификация; формирование и управление ассортиментом; качество товаров: понятия, номенклатура потребительских свойств и показателей, критерии их выбора при оценке качества; градации качества; классификация дефектов; методы контроля качества товаров и правила отбора проб из партий; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; товарные потери, меры по их предупреждению и снижению.

2. Товароведение продовольственных товаров: классификация и

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

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

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

Задачи:

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

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

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

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

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

Для успешного изучения дисциплины «Товароведение потребительских товаров» 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 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 использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность.

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

(элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	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-5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	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; принципы эффективного управления торгово-технологическими процессами на предприятии
	Умеет	управлять ассортиментом и качеством товаров, оценивать их качество, проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству; обеспечивать необходимый уровень качества товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии
	Владеет	способами, методами и средствами управления ассортиментом товаров, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения; навыками управления качеством товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии

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 «Маркетинговые коммуникации»

Учебный курс «Маркетинговые коммуникации» предназначен для

студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)..

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (119 часа, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Современные информационные технологии», «Маркетинговые исследования», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей». и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Маркетинговое управление», «Международный маркетинг», «Управление продажами», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Торговый маркетинг».

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

Содержание дисциплины состоит из 6 разделов и охватывает следующий круг вопросов: понятие, сущность, элементы, современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций; виды маркетинговых коммуникаций; субъекты рекламного рынка и типология рекламных агентств; маркетинговые исследования в рекламе; сущность, функции, цели и классификация рекламы; основные рекламные модели, медиаканалы и требования к рекламе; методы формирования рекламного бюджета; методы оценки эффективности рекламы; этапы проведения рекламной кампании; понятие, цели, основные направления PR; особенности личной продажи; понятие, основные цели и задачи стимулирования; взаимосвязь объекта воздействия и методов СТИС (продаж).

Цель изучения дисциплины заключается в подготовке студентов к выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинговых коммуникаций в интересах как потребителей, так фирмы и общества в целом.

Задачи:

– сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных элементов маркетинговых коммуникаций;

– научить студентов разрабатывать целостные программы маркетинговых коммуникаций с использованием средств рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта, прямого и вирусного маркетинга и проч.;

– научить студентов применять методы оценки эффективности инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций.

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

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

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

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК–3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с	Знает	– подходы к разработке инновационных программ маркетинговых коммуникаций

помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	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 дисциплины *«Маркетинг инноваций»*

Учебный курс «Маркетинг инноваций» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)..

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часа, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Маркетинг инноваций» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Мерчандайзинг», «Таможенное дело», «Логистика запасов».

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

1. Необходимость и актуальность внедрения инструментов

инновационного маркетинга. Общие и отличительные черты маркетинга, 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	
		Знает

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.	Умеет	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка
	Владеет	методами исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг инноваций» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловые игры; кейсы.

Аннотация дисциплины

«Логистика закупок»

Учебный курс «Логистика закупок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)..

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов) и самостоятельная работа (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Логистика закупок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика в экономике», «Микроэкономика», «Основы проектной деятельности»,

«Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Логистика», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика транспорта», «Товароведение потребительских товаров», «Управление продажами», «Логистика складирования», «Логистика распределения», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Торговый маркетинг», «Управление цепями поставок», «Логистика запасов», «Основы бизнеса».

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 предприятия.

Задачи:

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

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

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

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

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

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

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

- 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	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы формирования логистической цепей в процессе закупки товаров в торговых организациях; - основы управления закупками товаров в торговых организациях; - количественные и качественные критерии выбора поставщиков товаров;

Изыскивать оптимальные логистические системы		<ul style="list-style-type: none"> - научные методы выбора наиболее рациональных поставщиков; - методы определения оптимальной потребности в товарах и оптимального размера заказа; - источники сокращения общих затрат в цепи поставок; - показатели оценки эффективности функционирования поставщика.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - формировать логистические цепи в процессе закупочной деятельности торговой организации; - осуществлять управление закупочной деятельностью торговой организации; - изыскивать оптимальные логистические схемы сотрудничества с поставщиками товаров; - определять оптимальную потребность в товарах и оптимальный размер заказа; - заключать выгодные, экономичные договоры купли-продажи и поставки товаров; - находить источники сокращения общих затрат в цепи поставок; - осуществлять эффективный контроль и анализ хода выполнения договорных обязательств поставщиками.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами формирования логистической цепи в процессе закупки товаров в торговых организациях; - методами организации закупочной деятельности на логистической основе; - методами выбора наиболее рационального поставщика товаров; - методами определения оптимально потребности в товарах и оптимального размера заказа; - методами сокращения логистических затрат; - способами манипуляций при заключении договоров и проведении переговоров; - методами противостояния манипуляциям при проведении переговоров; - методами обеспечения прозрачности закупок

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

Аннотация дисциплины *«Логистика производства»*

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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Логистика производства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика в экономике», «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Основы проектной деятельности», «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Логистика», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Товароведение потребительских товаров», «Логистика транспорта», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Логистика складирования», «Логистика распределения», «Управление продажами», «Логистика запасов», «Торговый маркетинг», «Управление цепями поставок», «Основы бизнеса».

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 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 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"> - задачи и функции логистики на производственных предприятиях; - отличие традиционной концепции организации производства от логистической; - основные положения логистики производства; - виды концепций-технологий, применяемых в логистических производственных подсистемах; - законы оптимизации производственных процессов
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - составлять план материально-технического снабжения производства; - использовать основные положения логистики производства; - выявлять, сокращать и предупреждать различного рода потери на производстве; - организовать эффективное управление материальными потоками на производстве
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать принципы оптимизации логистических процессов на производстве - способностью оперативно планировать и управлять материальными потоками на производстве; - способностью внедрять логистические концепции-технологии в деятельность предприятий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика производства» применяются следующие методы активного/

интерактивного обучения: кейс-задачи, семинары-дискуссии, логистические задания, деловые игры.

Аннотация дисциплины
«Логистика транспорта»

Учебный курс «Логистика транспорта» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (124 часа, в том числе на подготовку к экзамену 4 часа)). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Логистика транспорта» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика в экономике», «Основы проектной деятельности», «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Маркетинг», «Логистика», «Логистика закупок», «Коммерческая деятельность», «Логистика производства» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Таможенное дело», «Управление продажами», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Логистика складирования», «Логистика распределения», «Логистика запасов», «Торговый маркетинг», «Управление цепями поставок», «Основы бизнеса».

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 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 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 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,	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы выбора и формирования логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций; - основы управления логистическими процессами на транспорте; - отличительные особенности логистического подхода к решению проблем управления материальными потоками на транспорте; - виды и технологические схемы перевозки грузов; - базисные условия поставки товаров;

способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы		<ul style="list-style-type: none"> - основы и особенности организации перевозки грузов автомобильным, морским, воздушным и железнодорожным транспортом; - нормативные и перевозочные документы на различных видах транспорта; - виды логистических издержек на транспорте и способы их сокращения.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - производить выбор и формирование логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций; - разрабатывать оптимальные транспортно-логистические схемы и маршруты; - управлять логистическими процессами на транспорте. -производить выбор наиболее рационального вида транспорта и транспортных средств; -выявлять непроизводительные логистические затраты, обосновывать причины их возникновения, принимать меры к их предупреждению и сокращению.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами построения оптимальных логистических транспортных схем и систем в торговых организациях; - методами планирования транспортных процессов в торговле; - методами разработки и использования рациональных маршрутов движения транспорта; - умениями применять на практике современные технологии транспортировки грузов; - умениями рационально использовать транспортные средства, составлять и заключать с перевозчиками договоры перевозки и транспортной экспедиции.

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

Аннотация дисциплины

«Управление транспортными системами»

Учебный курс «Управление транспортными системами» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма

подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)..

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 (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). 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», «Логистика закупок», «Логистика производства» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика складирования», «Логистика распределения», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок».

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):

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	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.

Учебный курс «Smart Data (Умные данные)» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело заочной формы обучения с использованием дистанционных образовательных технологий. Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом по данному направлению подготовки предусмотрены лекционные занятия (4 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа (22 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика в экономике», «Статистика», «Эконометрика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Ценообразование», «Управление продажами».

Содержание дисциплины охватывает следующий 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 общекультурные 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 векторы развития цифровых технологий в области анализа больших объемов данных
	умеет	использовать результаты анализа данных для принятия управленческих решений
	владеет	навыками использования современных методов анализа больших данных
ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	знает	методы решения профессиональных задач на основе математической науки
	умеет	умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
	владеет	знаниями о применении информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности в профессиональной деятельности

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 дисциплины

«Таможенное дело»

Учебный курс «Таможенное дело» предназначен для студентов

направления 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10), самостоятельная работа студентов (124 часа, в т.ч. 4 час. на подготовку к зачёту). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Таможенное дело» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения таких дисциплин, как «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студентов к изучению таких дисциплин как «Логистика распределения» и прохождения производственной практики (в организационно-управленческой деятельности, преддипломной).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: обзор правовой базы, устанавливающей общие требования к порядку перемещения грузов, пассажиров, багажа и транспортных средств через государственные границы; система таможенных органов в РФ; порядок перемещения через таможенную границу товаров, предназначенных для личного пользования; требования к перемещению товаров, предназначенных для коммерческих целей; система запретов и ограничений во внешней торговле; принципы классификации товаров для целей таможенного оформления в соответствии с ЕТН ВЭД ЕАЭС; порядок расчёта и подтверждения таможенной стоимости и сумм уплачиваемых платежей при перемещении товаров через границу; общие положения о порядке декларирования товаров: формы декларирования, классификация видов таможенных деклараций, сроки их подачи; порядок и сроки предоставления документов, подтверждающих заявленные сведения.

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

Задачи:

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

Для успешного изучения дисциплины «Таможенное дело» у

обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные

компетенции:

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

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

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

- навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2 способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	Знает	установленный законодательством порядок перемещения товаров через границы, а также существующие требования документального подтверждения законности совершаемых с товаром операций и предоставляемых при декларировании товаров сведений
	Умеет	подготавливать необходимую информацию, расчёты и документы для подтверждения легальности ввоза товаров и соблюдения требований законодательства
	Владеет	практическими навыками работы с источниками правовой информации, подготовки пакета необходимых документов с учётом специфики перемещаемых товаров и целей их дальнейшего использования

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

Аннотация дисциплины

«Управление продажами»

Учебный курс «Управление продажами» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (128 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Управление продажами» основывается на знаниях дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Торговый маркетинг», «Маркетинговые коммуникации».

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

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

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы управления продажами;
- изучить содержание и структуру процесса управления продажами;
- сформировать навыки ведения переговоров и предложения товаров 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 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- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	Знает	- действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую деятельность предприятия; -отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных сделок купли продажи
	Умеет	- пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство; - анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения для принятия коммерческих решений в области продаж
	Владеет	-методами оценки эффективности информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений в области продаж

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

Аннотация дисциплины

Международный маркетинг

Учебный курс «Международный маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Учебным планом по данной дисциплине предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Международный маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Технологии анализа рынка», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Маркетинговое управление».

Содержание дисциплины состоит из 1 раздела и охватывает следующий круг вопросов: комплекс маркетинга компании на международном рынке, исследования международного рынка, комплекс маркетинговых коммуникаций на международном рынке, международный маркетинг компании и обоснование выбора системы товародвижения в рамках эффективной товарной стратегии.

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

Задачи:

- формирование у студентов системы теоретических знаний и умения их использовать в практической деятельности по исследованию мировых товарных рынков.

• формирование у студентов системы знаний в области управления ассортиментом, сбытом, коммуникациями компании и умения их использовать.

Для успешного изучения дисциплины «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;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-6 - способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социальноэкономических показателей	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы маркетинговых исследований на международном рынке; • современные методы анализа маркетинговой информации; • особенности маркетинговых коммуникаций на внешних рынках; • мировые тенденции конъюнктуры товарного рынка
	Умеет	<p>выявлять потребности и предпочтения покупателей на международном рынке, используя современные информационно-коммуникационные методы исследований;</p> <p>анализировать данные статистики о социальноэкономических процессах и явлениях;</p> <p>формировать стратегии международных маркетинговых коммуникаций;</p> <p>выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели изучения и прогнозирования спроса;</p> <p>обосновать выбор системы товародвижения в рамках эффективной международной товарной стратегии</p>

	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками анализа и интерпретации данных статистики; • 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 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 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, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа (124 часа, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). 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», «Логистика», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Маркетинг для стартаперов» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг»,

«Основы бизнеса», «Управление цепями поставок» и др.

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

1. Маркетинг в сфере услуг: понятие маркетинга и основные цели маркетинговой деятельности, современные тенденции развития маркетинга, виды маркетинга в зависимости от вида осуществляемой экономической деятельности: маркетинг услуг, производственный маркетинг, маркетинг в сфере обращения и некоммерческий маркетинг; применение Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД)

Природа услуг и их классификация, отличительные черты услуг и их маркетинговое значение, особенности комплекса маркетинга в сфере услуг, основные задачи, решаемые предприятиями сферы услуг.

Понятие и особенности туристского маркетинга, структура рынка туристских услуг, основные тенденции развития туристских услуг, уровень развития туризма в Приморском крае.

Понятие гостиничных услуг, классификация гостиничных объектов, особенности маркетинга гостиничного хозяйства, комплекс маркетинга гостиничного объекта.

Содержание и функции маркетинга образовательных услуг, субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции, маркетинговая среда образовательного учреждения, сегментирование рынка образовательных услуг.

Особенности оказания страховых услуг, основные принципы и задачи маркетинга в страховании, управление маркетингом страховой организации.

2. Маркетинг в сфере производства: содержание и сфера применения промышленного маркетинга, специфика маркетинга промышленных товаров. маркетинговая среда промышленного предприятия, особенности комплекса маркетинга на предприятиях отраслей промышленности, организация закупок товаров промышленного назначения, сегментирование рынка промышленной

продукции, маркетинговые стратегии на промышленном предприятии.

3. Маркетинг в сфере обращения: функции маркетинга в сфере обращения, понятие и функции оптовой торговли, особенности маркетинга и комплекс маркетинга оптового торгового предприятия, формы организации розничной торговли, особенности маркетинга и комплекс маркетинга розничного торгового предприятия.

4. Некоммерческий маркетинг: понятие и сущность некоммерческого маркетинга, основные виды некоммерческого маркетинга, маркетинговая среда некоммерческих субъектов в России, особенности комплекса маркетинга некоммерческих субъектов.

Цель – изучения дисциплины состоит в том, чтобы подготовить студентов к выработке и внедрению эффективных стратегических и тактических маркетинговых решений в различных отраслях и сферах деятельности.

Формирование системы профессиональных знаний и умений по вопросам маркетинговых исследований рынка, привитие студентам навыков принятия обоснованных планово-управленческих маркетинговых решений с учетом видов экономической деятельности.

Задачи:

- рассмотреть сущность важнейших понятий, лежащих в основе таких видов экономической деятельности, как: туристские услуги, страховые услуги, образовательные услуги и т.д.; промышленное производство; оптовая и розничная торговля; некоммерческие виды деятельности.
- четко определить логическую связь ключевых понятий, образующих ядро маркетинга по отраслям и сферам деятельности;
- исследовать процессы, происходящие в структуре маркетинга по отраслям и сферам деятельности с целью их организованного использования в будущем;
- изучить теоретические основы и научиться практически использовать принципы и методы разработки и проведения маркетинговых мероприятий в

различных отраслях и сферах деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает	основные понятия, принципы и концепции современного маркетинга; содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам; методические подходы к решению маркетинговых задач
	Умеет	использовать источники маркетинговой информации для получения необходимых данных; использовать маркетинговые исследования для изучения удовлетворения потребностей покупателей товаров; использовать маркетинговые исследования для изучения конъюнктуры рынков товаров и услуг; использовать маркетинговые коммуникации для достижения поставленных целей
	Владеет	навыками организации работы конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в условиях определённого рынка товаров или услуг, на основе концепции маркетинга

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности» применяются следующие методы активного (интерактивного) обучения: решение кейсов, деловые игры и др.

Аннотация к дисциплины «Торговый маркетинг»

Учебный курс «Торговый маркетинг» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Торговый маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к преддипломной практике.

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

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

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

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

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

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

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

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

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: дискуссия, кейс-задача.

Аннотация дисциплины

«Мерчандайзинг»

Учебный курс «Мерчандайзинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часов, в том числе на подготовку к экзамену 9 часов). Дисциплина реализуется на 5 курсе 9 семестре.

Дисциплина «Мерчандайзинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к изучению таких дисциплин как «Маркетинговое управление», «Торговый маркетинг» и прохождению преддипломной практике.

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	
ОПК-2 - способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • особенности и современные тенденции развития мерчандайзинга и его влияние на характер маркетинговой деятельности торгового предприятия; • основные принципы, правила и инструменты мерчандайзинга торгового предприятия; • принципы мерчандайзинга на основе теории рефлексов;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать программу мерчандайзинга и осуществлять ее реализацию на предприятии; • разрабатывать стандарты мерчандайзинга и внедрять их на предприятии розничной торговли; • учитывать интересы различных сторон при разработке и реализации программы мерчандайзинга(производителей, оптового предприятия и предприятия розничной торговли);
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками по разработке и внедрению мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия; • практическими навыками по разработке программы мерчандайзинга; • практическими навыками разработки стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия;

ПК-10 - способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии

Знает	<ul style="list-style-type: none"> • особенности влияния инструментов мерчандайзинга на различные типы поведения покупателей; • особенности организации мерчандайзинга на различных видах торговых предприятий; • подходы к оценке эффективности мерчандайзинга;
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • использовать инструменты мерчандайзинга для влияния на различные типы поведения покупателей; • использовать новые технологии в области мерчандайзинга; • проводить оценку эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками выбора различных инструментов мерчандайзинга для воздействия на разные типы поведения покупателей; • практическими навыками по оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мерчандайзинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, выполнение ситуационного задания (проекта), составление интеллект-карт.

Аннотация дисциплины

«Логистика складирования»

Учебный курс «Логистика складирования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (10 часов), практические занятия (10 часов) и самостоятельная работа (151 часов, в том

числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Логистика складирования» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Логистика», «Логистика закупок», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность», «Логистика производства», «Логистика транспорта», «Товароведение потребительских товаров» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Основы бизнеса».

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:

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

Аннотация дисциплины

«Логистика распределения»

Учебный курс «Логистика распределения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Форма обучения заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (10 часов), практические занятия (10 часов, в том числе МАО 10 часов), самостоятельная работа (151 час, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Логистика распределения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Экономическое мышление», «Логистика», «Логистика закупок», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность», «Логистика производства», «Логистика транспорта», «Товароведение потребительских товаров» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Основы бизнеса».

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 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 организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;
- способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора 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"> - типы и структуру сети распределения; - особенности типов оптовых посредников; - процедуру управления заказами; - пути сокращения времени полного цикла заказа; - критерии оценки эффективности логистических цепей распределения; - алгоритм проектирования (реорганизации) сети распределения; - виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых в системах распределения.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - проектировать сети распределения на основе имеющихся ресурсов; - проводить анализ систем распределения; - организовать взаимодействие отделов компании при обработке заказов; - формировать систему логистического сервиса; - сокращать издержки в сети распределения
	Владет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью управлять логистическими процессами в логистических системах распределения - способностью применять информационно-коммуникационные технологии для решения задач профессиональной деятельности в логистических системах распределения; - способами сокращения и предупреждения логистических издержек в системе распределения товаров

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

Аннотация дисциплины
«Маркетинговое управление»

Учебный курс «Маркетинговое управление» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий)..

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

О

б

щ

а

я Дисциплина «Маркетинговое управление» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин

М

у Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: сущность маркетингового управления; теория потребностей и ее роль и место в маркетинговом управлении; совокупность стратегических решений в рамках управления маркетингом; оценка конкурентоспособности объектов; разработка стратегии маркетинга; управление ассортиментом, сбытом, ценообразованием, продвижением; маркетинговое планирование; организация службы маркетинга на предприятии.

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

Задачи:

д - овладеть понятийным аппаратом и современной терминологией в области управления маркетингом;

о

ц

и

п

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

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

Аннотация дисциплины
« Территориальный маркетинг »

Учебный курс «Территориальный маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студентов (119 часов, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Территориальный маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Основы бизнеса».

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

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

2. Комплекс средств территориального маркетинга. Территориальный продукт. Цена» территориального продукта. Место расположения территориального продукта. Продвижение продукта. Элементы внутренней

среды территории. Первая составляющая внутренней среды территории. Природные ресурсы.

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

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

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

6. Маркетинг имиджа. Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала. С учетом деловых стратегий развития территории разрабатываются и реализуются функциональные стратегии. Функциональные стратегии – это стратегии, которые разрабатываются функциональными отделами и службами предприятия на основе деловых стратегий. Целью функциональной стратегии является распределение ресурсов отдела (службы), поиск эффективного

поведения функционального подразделения в рамках общей стратегии предприятия.

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

Задачи:

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

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

- готовность выявлять и удовлетворять потребности клиентов, а также формировать потребности с помощью средств маркетинговой коммуникации;
- способность изучать и предсказывать потребительский спрос, анализировать маркетинговую информацию.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - подходы к оценке и анализу внешней среды; - способы выявления и удовлетворения потребности покупателей территорий; - формировать потребности с помощью территориального маркетинга
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать поведение потребителей различных территорий, - проводить анализ факторов, влияющих на оценку привлекательности территории.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами исследования потребителей территории, - методами анализа конкурентной среды, - навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики, - методами изучения и прогнозирования спроса потребителей для формирования программы продвижения территории, - навыками самостоятельной разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории, координации усилий всех субъектов территориального маркетинга.

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

Аннотация дисциплины

«Логистика запасов»

Учебный курс «Логистика запасов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (10 часов), практические занятия (10 часов) и самостоятельная работа (151 час, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Логистика запасов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика в

экономике», «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Логистика», «Проектная деятельность», «Логистика закупок», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность», «Логистика производства», «Логистика транспорта», «Товароведение потребительских товаров», «Логистика распределения», «Логистика складирования», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Управление цепями поставок», «Основы бизнеса», а также подготовить студентов к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

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

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

Аннотация дисциплины

«Управление цепями поставок»

Учебный курс «Управление цепями поставок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

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 (10 часов), практические занятия (10 часа) и самостоятельная работа студентов (151 час, в том числе 9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Управление цепями поставок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Микроэкономика», «Управленческое мышление», «Современные информационные технологии», «Логистика», «Проектная деятельность», «Логистика закупок», «Предпринимательство», «Коммерческая деятельность», «Логистика производства», «Логистика транспорта», «Товароведение потребительских товаров», «Логистика распределения» «Логистика складирования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика запасов», «Основы бизнеса», 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 также формы и средства ее реализации в условиях глобализации экономических процессов;
- приобретение практических навыков и приемов разработки показателей (KPI) эффективности функционирования цепи поставок.

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

- способность 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 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.

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

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

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

Аннотация дисциплины *«Маркетинг для стартаперов»*

Учебный курс «Маркетинг для стартаперов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, форма подготовки заочная (с использованием дистанционных образовательных технологий).

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студентов (22 часов, в том числе на подготовку к зачёту 4 часа). Дисциплина реализуется на 5 курсе в 9 семестре.

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическое мышление», «Управленческое мышление», «Маркетинг»,

«Поведение потребителей» «Маркетинговые исследования», «Предпринимательство» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Международный маркетинг», «Торговый маркетинг», «Основы бизнеса».

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):

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 (частично)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • понятие стартапа; • инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • понятие целевой аудитории; • понятие позиционирования; • понятие конкурентного преимущества.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • находить свободные ниши для развития стартапа; • выбирать и использовать инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов;

		<ul style="list-style-type: none"> • анализировать позицию стартапа на рынке в сравнении с конкурентами; • определять приоритетные целевые аудитории стартапа; • выбирать инструменты продвижения стартапа.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками использования инструментов анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • практическими навыками анализа позиции стартап-проекта на рынке в сравнении с конкурентами; • практическими навыками обоснования бизнес-идеи и стратегии стартапа, а также разработке плана действий по выводу продукта на рынок; • практическими навыками разработки программы продвижения стартапа; • практическими навыками составления плана маркетинговых мероприятий в условиях ограниченности финансовых и кадровых ресурсов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг для стартаперов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, кейс-стади, индивидуальные проекты.