

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотации рабочих программ дисциплин базовой части

Б1.Б.1 Философия	
Б1.Б.2 История	
Б1.Б.3 Иностранный язык	
Б1.Б.4 Безопасность жизнедеятельности	
Б1.Б.5 Физическая культура	
Б1.Б.6 Экономическая теория	
Б1.Б.7 Русский язык	
Б1.Б.8 Математика	
Б1.Б.9 Информатика	
Б1.Б.10 Экономика предприятия (организации)	
Б1.Б.11 Статистика	
Б1.Б.12 Бухгалтерский учет	
Б1.Б.13 Основы маркетинга	
Б1.Б.14 Коммерческая деятельность	
Б1.Б.15 Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия	
Б1.Б.16 Теоретические основы товароведения	
Б1.Б.17 Логистика	
Б1.Б.18 Менеджмент	
Б1.Б.19 Правовое регулирование маркетинговой деятельности	
Б1.Б.20 Рекламная деятельность	
Б1.Б.21 Организация, технология проектирования предприятия	
Б1.Б.22 Информационные технологии в маркетинге	

Аннотации рабочих программ дисциплин вариативной части

Б1.В.ОД.1 Правоведение	
Б1.В.ОД.2 Социология	
Б1.В.ОД.3 Концепции современного естествознания	
Б1.В.ОД.4 Правовое обеспечение информационной деятельности	
Б1.В.ОД.5 Информационные технологии в управлении	
Б1.В.ОД.6 Маркетинговые коммуникации	

Б1.В.ОД.7 Маркетинговые исследования	
Б1.В.ОД.8 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	
Б1.В.ОД.9 Управление маркетингом	
Б1.В.ОД.10 Международный маркетинг	
Б1.В.ОД.11 Экономический анализ деятельности предприятия	
Б1.В.ОД.12 Конкурентоспособность организаций и товаров	
Б1.В.ОД.13 Правовое регулирование предпринимательской деятельности	
Б1.В.ОД.14 Налогообложение и ценообразование	
Б1.В.ОД.15 Финансы, денежное обращение и кредит	
Б1.В.ОД.16 Внешнеэкономическая деятельность	
Б1.В.ОД.17 Деловые переговоры	
Б1.В.ОД.18 Экология	
Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)	
Б1.В.ДВ.1.1 Логика	
Б1.В.ДВ.1.2 Этика делового общения	
Б1.В.ДВ.2.1 Мировая экономика и международные экономические отношения	
Б1.В.ДВ.2.2 История религии	
Б1.В.ДВ.3.1 Культурология	
Б1.В.ДВ.3.2 Психология бизнеса	
Б1.В.ДВ.4.1 Математические методы и модели в маркетинге	
Б1.В.ДВ.4.2 Конфликтология	
Б1.В.ДВ.5.1 Товарная информация	
Б1.В.ДВ.5.2 Эконометрика	
Б1.В.ДВ.6.1 Связи с общественностью	
Б1.В.ДВ.6.2 Брендинг	
Б1.В.ДВ.7.1 Интернет маркетинг	
Б1.В.ДВ.7.2 Инновационный маркетинг	
Б1.В.ДВ.8.1 Поведение потребителей	
Б1.В.ДВ.8.2 Деловое общение	
Б1.В.ДВ.9.1 Социальный маркетинг	
Б1.В.ДВ.9.2 История экономики	

Б1.В.ДВ.10.1 Бизнес-планирование	
Б1.В.ДВ.10.2 Инновации в торговле	
Б1.В.ДВ.11.1 Управление персоналом	
Б1.В.ДВ.11.2 Экономика и управление организациями малого бизнеса	

Аннотации рабочих программ практик и ГИА

Б2.У.1 Учебная практика	
Б2.П.1 Производственная практика	
Б2.П.2 Преддипломная практика	
Б3 Государственная итоговая аттестация	

СБОРНИК АННОТАЦИЙ ДИСЦИПЛИН

по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)

Базовая часть

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

дисциплина «Философия»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – усвоение содержания основных философско-мировоззренческих тем, проблем и способов их решения, которые даются выдающимися представителями философской мысли, с тем, чтобы пробудить у студентов интерес к вопросам мировоззренческого характера, потребность в самостоятельном их осмыслении и решении, без чего невозможна интеллектуально и нравственно развитая личность специалиста и гражданина современной России.

Задачи дисциплины:

- изучение и освоение содержания основных тем философского курса;
- формирование мировоззренческих потребностей и интересов студентов;
- оказание воздействия на формирование личного мировоззрения, собственного жизненного кредо;
- формирование умения самостоятельно разбираться – понимать и оценивать происходящие в общественной и личной жизни явления и процессы и определять свое собственное отношение к ним, свою личную жизненную позицию;
- расширение кругозора и повышение уровня общекультурного развития слушателей;
- развитие интеллектуальных способностей студентов, творческого мышления не только на основе усвоения учений крупнейших философов, но и специального изучения их логико-гносеологических концепций;
- формирование высоких моральных качеств студентов на основе их приобщения к этическим воззрениям, а так же знакомства с образом жизни философов.
- проследить становление и развитие понятий «культуры» и «цивилизации», рассмотреть взгляды на место культуры в социуме, представления о социокультурной динамике, типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях, осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа. Рассмотреть историко-культурный материал исходя из принципов цивилизационного подхода, выделить доминирующие

в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие её историко-культурное своеобразие.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предмет философии; место и роль философии в культуре; становление философии; основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития; структура философского знания; учение о бытии; монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия; понятия материального и идеального; пространство, время; движение и развитие, диалектика; детерминизм и индетерминизм; динамические и статистические закономерности; научные, философские и религиозные картины мира; человек, общество, культура; человек и природа; общество и его структура; гражданское общество и государство; человек в системе социальных связей; человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость; формационная и цивилизационная концепции общественного развития; смысл человеческого бытия; насилие и ненасилие; свобода и ответственность; мораль, справедливость, право; нравственные ценности; представления о совершенном человеке в различных культурах; эстетические ценности и их роль в человеческой жизни; религиозные ценности и свобода совести; сознание и познание; сознание, самосознание и личность; познание, творчество, практика; вера и знание; понимание и объяснение; рациональное и иррациональное в познавательной деятельности; проблема истины; действительность, мышление; логика и язык; искусство спора; основы логики; научное и вненаучное знание; критерии научности; структура научного познания, его методы и формы; рост научного знания; научные революции и смены типов рациональности; наука и техника; будущее человечества; глобальные проблемы современности; взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Философия» направлен на формирование следующих **компетенций** в соответствии с ФГОС ВО направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

- ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен** демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: место и роль философии в общественной жизни.

Уметь: понимать и анализировать философские проблемы.

Владеть: методами изучения философии.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы д.ф.н., проф.

Королев В.К.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

дисциплина «История»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины «История» – изучение основных закономерностей, тенденций исторического процесса, формирование научного мировоззрения на основе знания особенностей истории России в контексте мировой истории, выработка навыков работы с учебной и научной литературой.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов исторического мышления, системного представления о закономерностях и тенденциях развития российской истории как части общемировой истории, понимания единства и многообразия исторических процессов в мире.

В задачу курса «История» входит приобретение студентами глубоких знаний основных категорий и положений исторической науки, обучение студентов правильному ориентированию в историческом процессе.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Сущность, формы, функции исторического знания; методы и источники изучения истории; понятие и классификация исторического источника; отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное; методология и теория исторической науки; история России – неотъемлемая часть всемирной истории; Россия в системе мировых цивилизаций; этногенез славян и этнокультурные процессы в восточном славянстве; древнерусское государство, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями, античное наследие в эпоху Великого переселения народов; христианство и ислам; Русь, Орда и средневековые государства Европы и Азии; специфика формирования единого российского государства; становление индустриального общества в России: общее и особенное; Россия в Новое время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения; советское государство, противоречия общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, причины кризиса тоталитаризма; Россия в современном мире, становление гражданского общества.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- *основные исторические этапы развития Российского государства;*
- основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей;
- особенности и основные этапы исторического развития России с древнейших времен и до наших дней;
- основные концепции развития всеобщей истории и России;
- характер истории как науки и ее место в системе гуманитарного знания;

уметь:

- *анализировать исторические факты;*
- *выражать и обосновывать свою позицию по отношению к историческому прошлому;*
- овладеть основами исторического мышления, целостным видением исторического процесса;
- выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому, формам организации и эволюции общественных систем, вкладу ученых мира, России, крупных исторических деятелей в достижения мировой цивилизации;
- работать с источниками научной литературой по истории, иметь навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.

- использовать новые технологии информации и коммуникации.
- видеть на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории, общее и особенное российской истории, место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

владеть:

- методами изучения истории;
- навыками восприятия, анализа и обобщения текстов исторической направленности;
- понятийным аппаратом учебной дисциплины, ясным изложением исторических фактов.
- методами раскрытия значения истории для осознания поступательного развития общества, его единства и противоречивости.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы д.и.н., проф.

Поташев А.Ф.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально

–экономических

дисциплин»

д.ф.н.,

доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

дисциплина «Английский язык»

Цели и задачи изучения дисциплины

Основной целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования иностранным языком, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:

- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;
- развитие когнитивных и исследовательских умений;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов;
- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Развитие базовых навыков и умений иноязычного общения. Развитие навыков устного и письменного сообщения информации страноведческого, общеэкономического и профессионального характера с помощью простых речевых средств. Умение фиксировать основное содержание информации, полученной при чтении (составление планов, тезисов, аннотаций) и аудировании. Лексические темы: Семья. Учеба. Профессия. Высшее образование в Великобритании. Экономика США, Великобритании, России. Моя будущая профессия. Экономика США, Великобритании, России. Основы рыночной экономики. Проблемы экономики. Микро и макро экономика. Рынок рабочей силы. Организация бизнеса. Контракты. Найм на работу.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: теоретические основы грамматики изучаемого языка, общепрофессиональную и специальную лексику, особенности устной речи для профессионального и делового общения;

Уметь: читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности, реферировать и аннотировать литературу по специальности на родном и изучаемом языках;

Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность, владеть устной монологической и диалогической речью в пределах специальной тематики и приобрести опыт, необходимый для использования в практической профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачеты;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы проф.
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Гайломазова Е.С.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» дисциплина «Немецкий язык»

Цели и задачи и изучения дисциплины

Основной целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования иностранным языком, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:

- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;
- развитие когнитивных и исследовательских умений;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов;
- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Учеба. Учебный процесс. Учебные дисциплины. Изучение иностранных языков. Будущая профессия. Распорядок дня. Время. Основные виды работы по дому. Свободное время. Хобби. Каникулы. Виды отдыха и досуга. Конец недели. Путешествие. Средства передвижения. Поездка. На вокзале. В аэропорту. Посещение магазинов. Общественные места питания. Город. Транспорт. Ориентация в городе. Осмотр города. Гостиницы. Посещение магазинов. Общественное питание. Жилище. Помещение и обстановка. Посещение квартиры. Объявление о сдаче и найме жилья. Общежитие. Проблемы урбанизации. Сервировка и ее основные предметы. Продукты питания и

блюда. Питание в семье. Семейный бюджет. Немецкий ландшафт. Население. Государственное устройство. Города и достопримечательности. Экономика и промышленность. Культура. Традиции и обычаи. Система образования. Проблемы студентов. Сравнение систем высшего образования в различных странах. Досуг студентов. Достоинства и недостатки систем образования. Люди. Внешность. Характер. Одежда. Проблемы в семье. Социальные проблемы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: теоретические основы грамматики изучаемого языка, общепрофессиональную и специальную лексику, особенности устной речи для профессионального и делового общения;

Уметь: читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности, реферировать и аннотировать литературу по специальности на родном и изучаемом языках;

Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность, владеть устной монологической и диалогической речью в пределах специальной тематики и приобрести опыт, необходимый для использования в практической профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачеты;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Безопасность жизнедеятельности»

Цели и задач и изучения дисциплины

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» - обязательная дисциплина федеральных государственных образовательных стандартов всех направлений первого уровня высшего профессионального образования (бакалавриата) и специалитета.

Основной целью образования по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными обобщенными задачами дисциплины являются:

- **приобретение** понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;
- **овладение** приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения

антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;

- формирование:

- культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
- культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
- готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;
- способностей к оценке вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;
- способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Характерные системы «человек – среда обитания». Производственная, городская, бытовая, природная среда. Взаимодействие человека со средой обитания. Понятия «опасность», «безопасность». Виды опасностей: природные, антропогенные, техногенные, глобальные. Значение безопасности в современном мире. Причины проявления опасности. Роль человеческого фактора в причинах реализации опасностей. Место и роль безопасности в предметной области и профессиональной деятельности. Человек и техносфера. Понятие техносферы. Виды, источники основных опасностей техносферы и её отдельных компонентов. Идентификация и воздействия на человека вредных и опасных факторов среды обитания. Классификация негативных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Воздействие основных негативных факторов на человека и их предельно допустимые уровни. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Психофизиологические и эргономические основы безопасности. Психофизиологические и эргономические основы безопасности. Психические процессы, свойства и состояния, влияющие на безопасность. Виды и условия трудовой деятельности. Эргономические основы безопасности. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации. Основные понятия и определения. Классификация стихийных бедствий (природных катастроф, техногенных аварий). Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени и их поражающие факторы. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Основные организации защиты населения и персонала в мирное и военное время. Организация эвакуации населения и персонала из зон чрезвычайных ситуаций. Основы организации аварийно-спасательных и других работ. Управление безопасностью жизнедеятельности. Законодательные и нормативные правовые основы управления безопасностью жизнедеятельности. Экономические основы управления безопасностью. Страхование рисков. Органы государственного управления безопасностью. Корпоративный менеджмент.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; сущность и значение информации в развитии современного общества;

основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

уметь: применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии; реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; вести здоровый образ жизни, обеспечить безопасность жизнедеятельности; пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов; распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев.

владеть: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения. Самостоятельно использовать методы физического воспитания и укрепления здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.п.н., доцент

Голуб В.В.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Физическая культура»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью курса является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Здоровье человека, его ценность и значимость. Взаимосвязь общей культуры обучающихся и их образ жизни. Режим в трудовой и учебной деятельности. Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, влияние физических нагрузок на системы организма. Основы здорового образа жизни студентов. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:
История, концепция современного естествознания, безопасность жизнедеятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- особенности функционирования человеческого организма и отдельных его систем под влиянием занятий физическими упражнениями и спортом в различных условиях внешней среды;
- основные принципы организации здорового образа жизни, рациональные способы и приемы сохранения психического здоровья, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления, основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;
- предмет, содержание и функции, организационные формы и средства профессионально-прикладной физической подготовки;
- социально-культурные основы и функции массового спорта высших достижений, содержание современных оздоровительных систем физических упражнений.
- **уметь:** использовать опыт систематических занятий физическими упражнениями и спортом для укрепления здоровья, активизации учебной и профессиональной деятельности;
- выполнять требования по общей физической подготовке;
- определять индивидуальный уровень своих физических качеств; объяснить индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений, раскрыть их возможности для саморазвития и самосовершенствования;
- использовать методические приемы для разработки индивидуальных программ оздоровительной и тренировочной направленности; правильно адаптировать физкультурно-спортивную деятельность к индивидуальным особенностям организма и дифференцировать использование средств физической культуры и спорта с учетом этих особенностей;
- диагностировать состояние организма и отдельных его систем и вносить необходимую коррекцию в их развитие средствами физической культуры и спорта.

владеть: жизненно-важными прикладными навыками - плавания, ходьбы, бега, передвижения по пересеченной местности;

- владеть средствами, методами и способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний;
- основными методами и способами направленного формирования физических нагрузок для развития двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости, гибкости);
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих формирование, сохранение и укрепление здоровья.

Формы контроля:

- зачеты;
- рефераты.

Разработчик программы ст. преподаватель

Шенгелая С.А.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Экономическая теория»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов понимания логики происходящих преобразований в экономике страны, а также выявления существующих взаимосвязей между каждым человеком, фирмами и обществом в целом, позволяющих объективно объяснить главные социально-экономические процессы.

Основной целью дисциплины является систематизация знаний о принципах и методах социально-экономических преобразований в обществе, освоение методики реализации экономических потребностей и интересов всех в целом, и отдельного хозяйствующего субъекта в частности, в существующей социально-экономической системе общества, формирование навыков текущей практической деятельности.

Задачи изучения дисциплины – получение профессионального представления о реально существующих социально-экономических проблемах общества, имеющих общие сущностные характеристики и специфику проявления в каждой стране, содействие формированию у студентов способности к объективной оценке процессов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предмет экономической науки, экономическое развитие: законы и закономерности, ключевые уровни экономики; система экономических отношений в процессе производства, распределения, обмена и потребления продуктов труда; субъекты экономических отношений, их интересы и противоречия. Собственность, ее формы. Экономические и правовые аспекты собственности. Деньги.

Денежное обращение. Роль финансовой, кредитной и фискальной систем в общественном воспроизводстве. Государственное регулирование рынка; рынки факторов производства. Национальная экономика, совокупный спрос и совокупное предложение, рыночное равновесие, конкуренция, поведение производителей и потребителей на рынке.

Система национальных счетов. Макроэкономическое равновесие и проблемы его поддержания. Макроэкономическая нестабильность и ее основные формы. Экономические циклы. Безработица и инфляция. Потребление, сбережение, инвестиции. Рынок инвестиций. Эффективность инвестиций. Мировая экономика и экономический рост. Глобализация экономических процессов. Сравнительные экономические системы.

Основы функционирования рыночного механизма. Виды рынков. Модель спроса и предложения. Функции спроса, дохода и эластичность. Модели совершенной, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии. Определение условий эффективного производства. Анализ издержек. Мотив прибыли и другие цели предприятия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1);
- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные принципы аналитической работы; основные методы обобщения экономической информации;

- понятийный аппарат экономической теории основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения;
- основные принципы аналитической работы; основные методы обобщения экономической информации;
- понятийный аппарат экономической теории.

уметь:

- грамотно определять цели на основе анализа экономической информации и пути их достижения;
- находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
- грамотно определять цели на основе анализа экономической информации и пути их достижения;
- находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики.

владеть:

- понятийно-категориальным аппаратом дисциплины экономическая теория; методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- решение задач;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского
учета и экономики» д.э.н., профессор**

Шпилевская Е.В..

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Русский язык»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Русский язык »

Получить знания о формировании и развитии языковой личности на основе знаний русского языка. Осознать роль русского языка в истории человечества и на современном этапе. Овладеть нормами литературного языка, знаниями риторики – этики и эстетики речевого поведения и общения.

Ознакомить студентов со сведениями по функциональной стилистике, документоведению, этике делового общения, риторике.

Сформировать у студентов коммуникативные качества, способствующие успешному взаимодействию с окружающими в профессиональной деятельности. Приобрести навыки самостоятельной оценки языковых и коммуникативных явлений, речевой культуры.

Данная учебная дисциплина выступает одним из основных источников формирования гуманитарного мышления, утверждения национальных и общечеловеческих, нравственных принципов.

Задачи курса:

- освоение базовых понятий дисциплины (язык, норма, культура речи, функциональный стиль, «паспорт»говорящего, стилистика, деловое общение и др.);
- качественное повышение уровня речевой культуры, формирование коммуникативной компетенции, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения;

- расширение культурного уровня, обогащение представлений о языке как важнейшей составляющей духовного богатства народа;
- совершенствование умений оценивать коммуникативное поведение и речевые произведения в разных сферах общения, потребности в бережном и умелом отношении к богатствам родного языка;
- приобретение навыков публичного выступления, ведения спора и делового общения, использования функциональных стилей речи в зависимости от ситуации и задачи общения; - получение знаний, которые впоследствии в сочетании с жизненным и профессиональным опытом помогут студентам в выработке позиции, культуры речевого общения, необходимой в процессе выполнения профессиональных (экономических) функций.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предмет и задачи изучения. Понятие о языке как средстве человеческого общения. Функции языка. Русский язык в системе других языков мира. Понятие о литературном языке. Признаки литературного языка. Язык и речь. Функции речи: общение, сообщение, воздействие. Структура речевой коммуникации. Речь в социальном взаимодействии. Понятие о речевом и неречевом поведении, о речевом поступке и коммуникативном намерении. Виды речевого общения. Письменная и устная форма существования языка. Различия устной и письменной речи. Функционально-смысловые типы речи: описание, повествование, рассуждение. Культура речи как специфическая языковедческая дисциплина. Три аспекта культуры речи: нормативный, коммуникативный и этический. Нормативный аспект культуры речи. Языковая норма. Орфоэпические, акцентологические, лексические, грамматические и стилистические нормы литературного языка на современном этапе. Варианты норм. Функциональные стили речи. Общая характеристика стилей: научный, официально - деловой, публицистический, художественный и разговорно-обиходный стиль. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Особенности языка научного стиля. Речевые нормы деловой речи. Типичные коммуникативные ситуации. Жанры документации. Языковые формулы официально-деловой речи. Язык служебных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Правила оформления документов. Речевой этикет в деловом общении. Деловые переговоры. Культура публицистической и ораторской речи. Подготовка публицистической речи. Оратор и аудитория. Культура разговорной речи. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов в устной речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения. Роль государства в борьбе за чистоту русского языка.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

общекультурные компетенции (ОК):

- ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основы владения правилами и нормами современного русского литературного языка и культуры речи, риторики теории коммуникации, делового общения, этики деловой коммуникации;
- нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи;
- нормы русского литературного языка (орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические, орфографические, пунктуационные);
- специфику устной и письменной речи;
- правила продуцирования текстов разных деловых жанров;
- функциональные стили современного русского языка и особенности их взаимодействия;
- речевые нормы учебной и научной сфер деятельности;

- правила подготовки к публичному выступлению;
- правила невербальной коммуникации в профессиональном общении;

уметь:

- общаться, вести гармоничный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности;
- строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики;
- умело строить коммуникацию в конфликтных ситуациях;
- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
- анализировать свою речь с точки зрения её нормативности, уместности и целесообразности;
- самостоятельно работать с текстами деловых бумаг;
- пользоваться нормативными словарями и справочниками русского языка;
- употреблять общественно – профессиональную лексику в речи в соответствии с коммуникативной задачей;
- уметь создавать и редактировать тексты профессионального назначения;
- анализировать логику рассуждений и высказываний ;

владеть:

- коммуникативными навыками в разных сферах употребления языка, письменной и устной его разновидностей.
- навыками грамотного письма и говорения;
- навыками делового общения;
- навыками ведения дискуссии и полемики.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.п.н., доцент
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Голуб Л.В.

Гайломазова Е.С.

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Математика»**

Цели и задач и изучения дисциплины

Цели: – освоение основных понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающих абстрактное, логическое и творческое мышление;

- умение слушателями самостоятельно изучать учебную и научную литературу, содержащую математические факты и результаты;
- создание теоретической основы для успешного изучения дисциплин, использующих математику.

Задачи: – сформировать у студента требуемый набор компетенций, соответствующих его специализации и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда;

- научить студентов строгому логическому мышлению при представлении экономических взаимосвязей ситуаций, возникающих в реальных экономических задачах.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Математика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса:

Функция одной переменной. Основные теоремы о пределах функций. Непрерывность функции. Производные элементарных функций. Исследование функций и построение их графиков. Функция

двух переменных. Частные производные. Экстремум функции двух переменных. Неопределенный интеграл. Методы интегрирования. Определенный интеграл, его геометрический смысл. Формула Ньютона-Лейбница. Дифференциальные уравнения 1-го и 2-го порядка. Операции над векторами на плоскости. Операции над матрицами. Система линейных алгебраических уравнений и ее решение методами Крамера и (или) Гаусса. Операции над комплексными числами. Общее уравнение прямой на плоскости, его частные представления. Классическое, статистическое и геометрическое понятия вероятности. Элементы комбинаторики. Основные теоремы теории вероятности. Формула Бернулли. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа. Теорема (формула) Пуассона. Дискретная и непрерывная случайные величины, их функциональные и числовые характеристики. Нормальное распределение (Гаусса-Лапласа). Правило «трех сигм». Понятие закона больших чисел. Теорема Бернулли. Основные понятия математической статистики. Понятие линейной корреляции. Метод наименьших квадратов. Проверка статистических гипотез. Критерий согласия Пирсона (для проверки гипотезы о нормальном распределении).

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-9: Владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору ее достижения;

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;

ОПК-2: способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: – понятия, определения и теоремы математического анализа и теории вероятностей;

– основополагающие теоретические положения, предусмотренные программой курса.

уметь: – ориентироваться в разделах математики для решения конкретных задач, в том числе при анализе внешнеторговой деятельности и торговых процессов;

– самостоятельно пользоваться справочной литературой для осуществления научной и практической деятельности.

владеть: – методами решения типовых математических задач;

– навыками построения и анализа математических и алгоритмических моделей торговых процессов.

Формы контроля:

-экзамен;

-зачеты;

- контрольные работы.

Разработчик программы д.ф.-м.н., проф.

Хоперский А.Н.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и

социально – экономических

дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Информатика»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью курса "Информатика" является получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию технологий обработки информации, связанных с применением математических методов, а также аппаратного и программного обеспечения ПК.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с ключевыми понятиями и терминами, характеризующими современное состояние и пути развития информатики, в т.ч. в экономической сфере;
- изучение основных аппаратных и программных средств ПК, их основных свойств и функций;
- развитие практических навыков работы с современным программным обеспечением и подготовка к использованию современной вычислительной техники для решения экономических и управленческих задач.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Информатика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг.

Студенты проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса:

Основные понятия и методы теории информатики и кодирования. Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; архитектура ЭВМ; состав и назначение основных элементов персонального компьютера; операционные системы; технология обработки текстовой информации; электронные таблицы; элементы теории баз данных, алгоритмизация и технологии программирования; сетевые технологии обработки данных; сетевой сервис и сетевые стандарты; методы защиты информации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Информатика» направлен на формирование следующих компетенций:

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»

ОПК-4: «способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные приемы работы с компьютером, основные свойства и значение информации в развитии современного общества

Уметь:

- получать, обрабатывать, хранить информацию с помощью компьютера

Владеть:

основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией

Формы контроля:

- экзамен;

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.э.н., ст. преподаватель

Тимченко Е.Ю.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических

дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Экономика предприятия (организации)»

Цель преподавания дисциплины

Формирование у студента навыков экономического мышления, основывающихся на системном знании основных экономических категорий (в их конкретных проявлениях применительно к управлению предприятия) и существующих между ними причинно-следственных связей, а так же научных подходов к обеспечению рационального, в интересах общества, использования ограниченных материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Задачи изучения дисциплины

- формирование экономической грамотности в вопросах организации работы предприятия и управления экономическими процессами на предприятии;
- развитие у студентов способности объективной оценки экономического состояния предприятий;
- формирование умения самостоятельно выработать и экономически обосновывать управленческие решения;
- развитие навыков понимания и прогнозирования последствий хозяйственных и финансовых решений, принимаемых как на уровне предприятия, так и его подразделений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Экономика предприятия (организации)» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Структура национальной экономики: сферы, сектора, комплексы, отрасли; предприятие - основное звено экономики; предприятие и предпринимательство в рыночной среде; типы предприятий; производственная и организационная структура предприятий; типы производства; организация производственного процесса; инфраструктура предприятий; уставной капитал и имущество предприятий; основной капитал, его оценка; оборотные средства, их состав, классификация, оборачиваемость; трудовые ресурсы: их состав, управление; организация, нормирование и оплата труда; рынок труда; экономическая и функциональная стратегии, их типы, факторы выбора; разработка маркетинговой и товарной стратегии; теория оптимального объема выпуска продукции; производственная программа и мощность; издержки производства и себестоимость продукции; смета и калькуляция затрат; ценовая политика на различных рынках; качество и конкурентоспособность; стандарты и системы качества; инновационная и инвестиционная политика; подготовка нового производства; виды деятельности предприятия; производственное планирование и бизнес-план предприятия; оценка эффективности хозяйственной деятельности и состояния баланса.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности (ОК-6);
- Готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

- Способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14)
- Готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- административные инструменты государственного регулирования деятельности предприятия;
- основные правила организации документооборота на предприятии;
- доходы, прибыль, рентабельность коммерческого предприятия, их состав, структуру и источники получения;
- объекты налогообложения, налоговые ставки и порядок их взимания;
- понятие основных фондов, их состав, структуру и назначение.

уметь:

- вести учет, давать оценку и проводить анализ доходов, расходов, прибыли и рентабельности коммерческого предприятия;
- организовать труд и заработную плату на коммерческом предприятии;
- применять показатели эффективности использования оборотных средств;
- использовать возможности льгот по налогообложению

владеть:

- навыками выбора организационно-правовых форм коммерческого предприятия;
- навыками планирования доходов, расходов, прибыли и рентабельности от всех форм и видов деятельности коммерческого предприятия

Формы контроля:

- экзамены;
- курсовые работы;
 - решение задач;
 - тестирование;
 - доклады;
 - рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского
учета и экономики» д.э.н., профессор**

Шпилевская Е.В..

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Статистика»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов целостных представлений об основных положениях современной статистической науки и соответствующей системы знаний, овладения важнейшими методами статистических исследований и их применения в анализе бизнес-процессов и финансового состояния фирм, усвоения главных макроэкономических показателей и важнейших идей, лежащих в основе системы национальных счетов.

Задачи дисциплины:

Создание у студентов навыков применения количественных методов (математики, математической статистики, компьютерных программ, реализующих статистические методы) к конкретным проблемам экономики, формирование прочных связей между общими теоретическими положениями и конкретными прикладными проблемами, выработка умения анализировать первичные данные и строить на этой базе количественные модели, взаимодействовать со специалистами прочих направлений, подготовке студентов к полноценному восприятию профильных дисциплин, необходимому для их эффективного практического использования. Одна из важнейших задач дисциплины заключается в том, чтобы приучить

студентов пользоваться статистической отчетностью, применять научные методы статистического исследования и за статистическими показателями видеть конкретное их содержание. В системе экономического образования важную роль играют статистические дисциплины, так как работа экономиста требует единства качественного и количественного анализа.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Статистика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06)«Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Предмет, метод и задачи; источники статистической информации; группировка и сводка материалов статистических наблюдений; абсолютные и относительные величины; средние величины; ряды динамики; индексы; показатели вариации; выборочное наблюдение; статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений; статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений; статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг, статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов для регионов и экономики в целом; статистические методы исследования экономической конъюнктуры; статистика товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен, эффективности рекламной деятельности, деловой активности; статистический анализ эффективности функционирования предприятий разных форм собственности, качества товаров и услуг; статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков, принятия решений в условиях неопределенности; выявление трендов и циклов; прогнозирование развития социально-экономических процессов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-9: «Обладать владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения»;

ОПК-2: «Обладать способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- принципы и методы организации сбора статистических данных;
- принципы и методы обработки результатов статистического наблюдения;
- различие между признаками и показателями и связь между ними;
- основы выборочного метода и ошибок выборочного метода;
- анализ временных зависимостей методом рядов динамики;
- основы теории экономических индексов и их применения;
- принципы построения межотраслевого баланса и платежного баланса, расчета ВВП;
- статистику денежного обращения (основы), кредита, биржи, страхования;
- статистические методы национального счетоводства и макроэкономические расчеты;
- статистику товаров и услуг, товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен;
- основы корреляционно-регрессионных моделей и исследования соответствующих зависимостей.

уметь

- организовать и провести статистическое наблюдение и строить статистические таблицы;
- рассчитывать статистические показатели, кроме макроэкономических;
- грамотно анализировать статистические данные и формулировать выводы;
- использовать методы статистического оценивания и прогноза;
- строить экономико-статистические модели и их исследовать;
- применять компьютерные технологии в социально-экономических исследованиях;
- исследовать сложные и недостаточно определенные ситуации и процессы;
- использовать корреляционный и регрессионный анализ в анализе социально-экономических явлений;

Владеть:

- методами и средствами статистики сбора, обработки и анализа экономической информации.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Кокина Е.П.

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Бухгалтерский учет»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: осознанное понимание студентами сущности бухгалтерского учета, объектов бухгалтерского наблюдения, знание процессов создания и развития системы бухгалтерского учета и понимание особенностей учета различных экономических операций.

В ходе изучения дисциплины «Бухгалтерский учет» ставятся следующие задачи:

- изучить сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации;
- получить представление о методологии ведения бухгалтерского учета имущества организации, ее обязательств, собственного и заемного капитала;
- освоить документирование хозяйственных операций;
- получить навыки сбора и обобщения информации, необходимой для составления бухгалтерской отчетности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Бухгалтерский учет» относится к дисциплинам базовой части профессионального цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность, цели и содержание бухгалтерского учета; функции и задачи; историческое развитие; законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского учета; пользователи бухгалтерской информации в рыночной экономике; основополагающие принципы; объекты бухгалтерского наблюдения, основные понятия: активы, обязательства, капитал, доходы, расходы, финансовые результаты; основные методические приемы и правила; балансовое обобщение, капитальное (основное) уравнение, статические и динамические балансы; первичное наблюдение, документация, документооборот, инвентаризация; стоимостное измерение, виды оценок; бухгалтерские счета и двойная запись; синтетический и аналитический учет; классификация счетов; план счетов; модели текущего учета основных хозяйственных процессов, учетные регистры; формы бухгалтерского учета, процедуры бухгалтерского учета, этапы процедуры, контрольные моменты; основы бухгалтерской отчетности; учетная политика и организация учета; бухгалтерская профессия; профессиональная этика; международные и национальные профессиональные организации; основное содержание и порядок ведения учета: денежных средств и расчетов, долгосрочных инвестиций и источников их финансирования; основных средств; нематериальных активов; финансовых вложений; производственных запасов; труда и его оплаты; издержек хозяйственной деятельности; готовой продукции, работ, услуг; и их реализации; финансовых результатов и использования прибыли; капитала, фондов, резервов, кредитов и займов; операций и ценностей, не принадлежащих предприятию; бухгалтерская отчетность и ее международные стандарты.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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;

ОПК-3: Умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК-4: Способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической; способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как средством управления информацией.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации;
- учетную политику организации;
- бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов;
- бухгалтерскую отчетность ее международные стандарты;
- автоматизацию бухгалтерского учета.

Студент должен уметь:

- проводить учет товаров и материальных ценностей
- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров маркетинга;

Студент должен владеть:

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения маркетинговой деятельности организации;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение задач;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы

к.э.н., доц.

**Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Оленева С.В.

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Основы маркетинга»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование системы теоретико-методологических и научно-практических знаний основ маркетинговой деятельности современных хозяйствующих субъектов.

Задачи дисциплины:

- изучение сущности, целей, задач, принципов и направлений развития маркетинговой науки и ее роли в экономическом управлении предприятиями-товаропроизводителями;
- характеристика организации маркетинговой деятельности отечественных хозяйствующих субъектов;
- исследование товарной политики в сфере современного маркетинга;
- формирование понятия маркетинговых стратегий;
- изучение основных периодов жизненного цикла товаров;
- характеристика ценовой политики предприятий;
- изучение сбыто-распределительной политики;
- формирование представления о маркетинговых коммуникациях;

– изучение основ организации современных маркетинговых исследований.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепции маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя. Маркетинговые исследования. Сегментация. Выбор целевого рынка. Стратегия маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение. Управление маркетингом. Организация маркетинга. Система маркетинговых планов. Финансы и контроль маркетинга. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

- ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

- ПК-11: способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

знать:

приоритетные принципы и функции современной маркетинговой деятельности предприятий, основные разновидности маркетинговых исследований, особенности формирования и функционирования товарной, ценовой, сбыто-распределительной и коммуникационной стратегий хозяйствующих субъектов, а также организационно-управленческую структуру их маркетинговых служб и подразделений

уметь: анализировать маркетинговую деятельность отечественных предприятий,

- разрабатывать маркетинговые стратегии и программы

- производить маркетинговые исследования

владеть: навыками современной маркетинговой работы, разработки маркетинговых стратегий хозяйствующих субъектов, комплексных исследований маркетинговой деятельности и инновационными методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамены;

- зачеты;

- курсовые работы;

- тестирование;

- рефераты.

Разработчик программы д.э.н., профессор

Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Филонич В.В.

Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Коммерческая деятельность»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса - владение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получения; дать студентам необходимые теоретические знания и привить практические навыки эффективной организации коммерческой деятельности в оптовом и розничном звене на основе внедрения новых технологий, современных форм и методов продажи товаров, обеспечения высокого уровня экономической и организационной работы торговых предприятий на рынке потребительских товаров, а также обучить студентов умению анализировать и проектировать коммерческую деятельность в условиях конкуренции; эффективно использовать прогрессивный отечественный и зарубежный опыт в торговле; овладение способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Задачи дисциплины - сформировать у студентов:

-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;

-полную информацию о статусе коммерческой организации, о значении принципа свободы торговли,

-об условиях заключения договоров, об актуальных повседневных проблемах, с которыми сталкиваются практической жизни работники коммерческой деятельности.

-формирование у студентов позитивного отношения к правовым нормам, регламентирующим деятельность субъектов коммерческой деятельности.

-формирование высокого уровня подготовки специалистов экономического профиля, умеющих анализировать действующие на разных стадиях рыночного процесса коммерческие аспекты деятельности участников рыночной инфраструктуры;

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

- обеспечение профессиональной ориентации при подготовке специалистов для управления коммерческими процессами на предприятиях-участниках рыночных отношений.

- освоение основ коммерческой деятельности и изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;

- разработка методологии исследования коммерческой деятельности на рынке товаров;

- ознакомление с государственным регулированием и регламентацией коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения;

- рассмотрение роли финансового и материально-технического обеспечения в формировании коммерческой деятельности предприятия, определение результативности коммерческой работы.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Коммерческая деятельность является одной из дисциплин базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность, роль, цели, задачи и содержание коммерческой деятельности. Организационно- правовые формы субъектов коммерческой деятельности.

Материально-техническая база для субъектов коммерческой деятельности: виды торговых зданий и сооружений, инвестиции.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности: информация о рынке, товарах, конкурентах, потребителях. Закупка товаров, коммерческие договора и сделки поставка товаров. Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах. Организация оптовой торговли: оптовые рынки, биржи, оптовые склады. Организация розничной торговли:

методы продажи, приемка по количеству и качеству, хранение, защита потребителей. Современные формы и методы торговли. Специфические формы организации коммерческой деятельности: биржи, лизинг, франчайзинг. Коммерческая работа по организации перевозок грузов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

(ПК-2)- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-8 - готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-11- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Знать:

- содержание, функции, задачи, структуру коммерческой деятельности, организационно-правовые формы предприятий (организаций) торговли, оптовую и розничную торговлю; классификацию организаций торговли;

- материально-техническую базу коммерческой деятельности;

- розничную торговлю;

- виды и типы организаций, их признаки и характеристику;

- принципы размещения розничных торговых организаций;

- устройство и технологические планировки магазинов;

- технологические процессы в магазинах;

- услуги розничной торговли;

- товарные склады, их назначение, классификацию;

- технологию складского товародвижения содержание и этапы закупочной работы; показатели качества и формы торгового обслуживания;

- основные элементы торгового обслуживания;

- методы продажи; нормативно- правовые акты по вопросам организации коммерческой деятельности.

Уметь:

- выбирать оптимальное место расположения торгового предприятия;

- анализировать рациональность планировки и состав функциональных групп помещений;

- осуществлять и документально оформлять приемку товаров на складах и в магазинах по количеству и качеству;

- обслуживать покупателей, в соответствии с требованиями законодательных документов; устанавливать коммерческие связи;
- обеспечивать товародвижение на товарных складах и в магазинах;
- пользоваться нормативными документами, определяющими организацию работы и правила выполнения технологических процессов в оптовом звене и в магазине, проводить коммерческие переговоры, заключать договоры купли-продажи организациями потребительской кооперации;
- использовать нормативные документы, регламентирующие качество и уровень культуры обслуживания;
- внедрять современные и активные формы и методы продажи;

Иметь представление:

- о сущности, содержании, и особенностях коммерческой деятельности предприятий-участников рыночных отношений в современных условиях;
- о содержании коммерческих операций оптовых и розничных предприятий;
- о характере и содержании информационного обеспечения коммерческой деятельности,
- о способах и средствах защиты коммерческой информации;
- о видах интеллектуальной собственности, ее применении в коммерческой работе предприятий;
- об организационных и правовых основах закупочной работы;
- о формах и методах сбытовой деятельности предприятий – участников рынка;
- об основных направлениях формирования оптимального ассортимента товаров в оптовой и розничной сети;
- о видах участников оптового рынка;
- об основных организационных и коммерческих аспектах работы товарных бирж, оптовых ярмарок, оптовых продовольственных рынков, оптовых аукционов;
- о сущности моделирования коммерческой деятельностью;
- о материально- техническом обеспечении коммерческой деятельности предприятий;
- о психологических особенностях работы коммерсанта.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачеты;
- контрольные работы;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Иванченко М.А.
Крамаренко Р.Р.**

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»**

профиль «Маркетинг»
дисциплина «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: ознакомление с основами метрологии, стандартизации, подтверждения соответствия, объектами и субъектами, средствами и методами проведения исследований качества товаров на основе стандартов, технических регламентов. Ознакомление с нормативными документами и организацией работ по стандартизации, обеспечению единства измерений, с ответственностью за нарушение требований нормативных документов, а также как осуществляется подтверждение соответствия, метрология и стандартизация за рубежом.

В задачи дисциплины входят: ознакомление с основными нормативными документами в области стандартизации, метрологии и подтверждения соответствия; изучение основных понятий в области стандартизации, метрологии и подтверждения соответствия; овладение методами стандартизации, подтверждения соответствия; усвоение научных знаний и приобретение умений и практических навыков в области стандартизации, метрологии и подтверждения соответствия.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» относится к базовой части дисциплин, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность технического регулирования. Объекты технического регулирования. Документы, применяемые в системе технического регулирования. Принципы технического регулирования. Порядок разработки и принятия технических регламентов.

Техническое регулирование в странах-членах Европейского союза. Техническое регулирование в рамках СНГ.

Сущность стандартизации. Цели стандартизации. Принципы стандартизации. Виды стандартизации. Российская система стандартизации. Виды стандартов. основополагающие стандарты Государственной системы стандартизации (ГСС). Органы и службы по стандартизации. Параметрическая стандартизация. Стандартизация и унификация. Цели и задачи международной стандартизации. Органы международной стандартизации. Международные организации по защите прав потребителей и контролю качества.

Понятие подтверждения соответствия. Европейский подход к формам и схемам подтверждения соответствия. Формы и схемы подтверждения соответствия в РФ.

Обязательное подтверждение соответствия в Европейском союзе. Организация и порядок проведения обязательного подтверждения соответствия по Федеральному закону «О техническом регулировании». Организация и порядок проведения обязательного подтверждения соответствия в переходный период.

Принципы и организация добровольной сертификации. Добровольная сертификация продукции. Добровольная сертификация услуг.

Правовая основа метрологии: законодательство об обеспечении единства измерений. Понятие видов и средств измерений. Классификация средств измерений. Поверка и калибровка средств измерений.

Международная организация мер и весов. Основные международные нормативные документы по метрологии.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6: способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической и проверять правильность ее оформления;

ПК-1: Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-4: Способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины
По завершении изучения учебной дисциплины:

Студент должен знать: цели, задачи, объекты, субъекты, средства, методы, правовую базу стандартизации, подтверждения соответствия, метрологии и управления качеством товаров

Студент должен уметь: разрабатывать нормативные документы; оформлять документы для целей подтверждения соответствия; организовать метрологическое обеспечение торгового процесса

Студент должен владеть: знаниями о решении проблем повышения качества сырья и готовой продукции; о научных подходах управления качеством продукции; о принципах и методах ценообразования; о хозяйственном механизме работы предприятия, об идентификации качества сырья и готовой продукции

Формы контроля:

- экзамены;
- решение задач;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Барауля Е.В.
Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Теоретические основы товароведения»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса «Теоретические основы товароведения» – изучение основных характеристик товара, составляющих его потребительскую стоимость и изменений на всех этапах товародвижения, усвоение теоретических знаний о товаре как объекте коммерческой деятельности, приобретения умений его оценки.

Задачи дисциплины:

- определение характеристик товара составляющих потребительскую стоимость;
- установление принципов и методов товародвижения и товарной экспертизы;
- дать основы классификации и кодирования товаров;
- изучение свойств и показателей ассортимента с целью проведения анализа ассортиментной политики производственных и торговых организаций;
- дать знания о способах и этапах управления ассортиментом;
- дать основы оценки качества товаров, выявления градации качества и дефектов товаров, причин возникновения и мер по предупреждению реализации некачественных товаров;
- изучение товарной информации.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Теоретические основы товароведения» относится к базовой части дисциплин, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг.

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Предмет, цели и задачи товароведения. Методы практической товароведной деятельности: общее представление. Классификация как метод товароведения: основные понятия (классификация, объект, признак классификации, ее значение, система классификации). Кодирование товаров: основные понятия (кодирование, код, структура кода). Основные элементы кода, определение. Ассортимент товаров: понятие и классификация. Качество товаров: основные понятия. Факторы, формирующие качество товаров. Основы материаловедения

и технологии. Химический состав продовольственных товаров. Химический состав, строение исходных материалов и их влияние на качество товаров. Пищевая ценность продовольственных товаров. Физические свойства потребительских товаров. Физико-химические свойства потребительских товаров. Методы их определения. Номенклатура потребительских свойств и показателей, критерии их выбора и оценки качеств. Градации качества. Классификация и характеристика дефектов. Методы контроля качества товаров и правила отбора проб из партии. Факторы, формирующие качество товаров: упаковка, хранение, товарная обработка, реализация, послепродажное обслуживание и потребление. Товарные потери: виды, причины возникновения, порядок списания. Товарная информация: виды, функции, формы и средства, требования к информации. Фальсификация: виды, средства, последствия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической и проверять правильность ее оформления;

ПК-1: Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2: Способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-4: Способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные понятия и определения в области товароведения;
- факторы и закономерности формирования потребительской стоимости и качества товаров в условиях рыночных отношений;
- природу, классификацию и номенклатуру потребительских свойств, особенность их формирования в процессе производства и проявления при использовании изделий;
- методы и правила систематизации товаров;
- общие принципы и особенности определения состава и значений показателей качества;
- научно-методические основы оценки качества и экспертизы товаров;
- принципы, методы и средства обеспечения сохранности потребительской ценности товаров;
- рациональные системы управления ассортиментом, качеством товаров в торговых предприятиях.

Студент должен уметь:

- сформулировать основные проблемы и направления развития товароведения на различных этапах его развития;
- применять полученные знания по теории товароведения и экспертизе товаров в практической деятельности;
- проводить типизацию потребностей и потребителей товаров;
- пользоваться системами кодирования;
- проводить экспертизу потребительских товаров;
- планировать и организовывать работу по оценке и контролю качества товаров;
- выбирать оптимальные методы и средства определения состава и значений свойств товаров;
- составлять товароведную характеристику и сравнительную оценку свойств товаров.

Студент должен Владеть:

знаниями о потребительской ценности товаров;

- о возможных видах опасностей для человека и критериях безопасности;

- о видах экспертиз товаров;
- о способах и технологиях сохранения качества товаров;
- о решении проблем повышения качества сырья и готовой продукции.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Барауля Е.В.
Крамаренко Р.Р**

Аннотация учебной дисциплины ООП направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» дисциплина «Логистика»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование умений и навыков творчески и самостоятельно принимать решения в производственной, коммерческой, транспортной, информационной логистике, интеграции принципов основных видов логистики в деятельность предприятий различных форм собственности, достижение результата деятельности предприятия с минимальными затратами времени и ресурсов, за счёт оптимального сквозного управления материальными и информационными потоками.

Задачи дисциплины.

- сформировать у студентов логистическое мышление, понимание законов и принципов, по которым развивается логистическая система, умение осуществлять научно-обоснованную постановку логистических предпринимательских проблем;
- ознакомить студентов с совокупностью технологических приемов, технических средств и методов управления, обеспечивающих доставку требуемых товаров в пункт назначения в заданное время в нужном количестве;
- научить применять полученные знания и логистические методы управления в решении комплекса задач по организации товародвижения, формирования и регулирования запасов, развитию и организации складского хозяйства,

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Логистика» представляет собой дисциплину базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Задачи и функции логистики, Системный подход в логистике, Методологический аппарат логистики, Информационная логистика, Закупочная логистика, Логистика производственных процессов, Распределительная логистика, Логистика запасов, Транспорт в условиях логистики, Логистика складирования, Организация логистического управления.

Компетенции формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5: «Обладать способностью анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики».

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

ПК-7: «Способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров»;

ПК-11: «Способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»;

ПК-15: «Готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы».

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации;

- концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике,

- особенности логистики в торговле;

Студент должен уметь:

- применять действующее законодательство в логистических процессах;

- выбирать поставщиков и торговых посредников,

- заключать договоры и контролировать их соблюдение,

- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль логистической деятельности, прогнозировать ее результаты

- применять инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (логистической)

Студент должен владеть:

- навыками использования нормативной документации в профессиональной деятельности, обеспечения правовой защиты интересов субъектов профессиональной деятельности;

- методами и средствами управления логистическими процессами

Студент должен иметь представление:

- о приоритетных направлениях развития экономических отношений в области логистики.

- о тенденциях развития логистики в российской экономике и за рубежом;

- о принципах принятия и реализации экономических и управленческих решений в области логистического управления предприятием.

Формы контроля:

- экзамен;

- зачёт;

- решение практических ситуаций;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

Разработчик программы ст. преподаватель

Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Чижик Е.В.

Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Менеджмент»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков профессиональных управляющих, эффективных коммуникаций и оценки эффективности качества работы, рассмотрение методологических основ управления, методов управления организацией и основных принципов функционирования и развития организации через ознакомление с современной теорией менеджмента, получение специальных навыков по экономическому анализу

и принятию управленческих решений в управленческой и предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

- овладеть базовыми знаниями в области теории и практики управления современным производством и бизнесом;
- сформировать у студентов умение анализировать и прогнозировать управленческую среду, поведение работников в организации и эффективно использовать человеческие ресурсы;
- освоить основы и разрабатывать стратегические и тактические планы, реализовывать управленческие решения;
- обучить студентов методам научной организации управления трудовыми коллективами, формированию эффективной управленческой команды;
- выработать у студентов навыки делового общения, работы в кризисных и конфликтных ситуациях.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Менеджмент» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Состояние управления современной российской макро- и микроэкономикой; необходимость совершенствования организации управления в России; особое значение антикризисного менеджмента; понятие, сущность, цели, значение, технологии, общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности; виды менеджмента; опыт менеджмента за рубежом; возможности и пути использования его в России; цели и система управления предприятиями; построение организационных структур; организационный менеджмент; методы обоснования бизнес-планов предприятий и их мониторинг; внутренняя и внешняя среда предприятия; коммуникационный менеджмент; система информационных коммуникаций; стратегический менеджмент; ситуационный менеджмент; финансовый менеджмент, его роль в системе современного менеджмента; менеджмент персонала: основные качества менеджера, особенности его работы; этика делового общения, управление конфликтами, психология менеджмента, корпоративная культура и организационное поведение; система мотиваций, контроль и контроллинг; управление рисками, антикризисное управление; особенности управления внешнеэкономическими связями; пути повышения эффективности менеджмента.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-4: способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ПК-5: способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;
- ПК-9: готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- типы экономических систем и основные экономические институты общества, основные законы развития экономики и механизмы функционирования и регулирования рыночного хозяйства;
- основы теории государственного управления;
- основы теории методы системных исследований;

Студент должен уметь:

- анализировать исторический опыт развития экономики России;
- выявлять и анализировать основные тенденции развития экономик Российской Федерации и стран мира;
- анализировать мировые товарные рынки;

Студент должен владеть:

- навыками самостоятельного изучения и использования в работе законодательных актов в области предпринимательства;
- понятийным аппаратом управления и основными приемами анализа микро- и макроэкономических процессов.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Левчук В.В.
Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: Изучение правовых основ регулирования маркетинговой деятельности призвано вооружить будущего дипломированного специалиста знаниями законодательной базы маркетинговой деятельности как в РФ, так и за рубежом, а так же умениями пользоваться основным правовым инструментарием при организации маркетинга на предприятии.

Задачи курса:

- формирование у студентов целостного представления о механизме правового регулирования маркетинга;
- изучение правовых вопросов организации маркетинга на предприятии;
- познание специфики правового регулирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в системе маркетинга;
- получение необходимых практических умений и навыков по правовым вопросам регулирования маркетинговой деятельности для успешного применения их в последующей работе маркетолога.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Субъекты маркетинговой деятельности. Ответственность субъектов за соблюдение норм добросовестной коммерческой практики. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления. Договора, внедоговорные обязательства. Расчетные и кредитные правоотношения. Правовая охрана собственности.

Федеральные законы РФ, регулируемые рыночные отношения в области конкуренции, добросовестной деловой практики, товарных знаков, защиты прав потребителей, антимонопольной деятельности, рекламы и др. Кодексы Международной Торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-6: способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- 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;
- ОПК-3: Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные взаимосвязи между институтами маркетинговой деятельности и права;
- основные нормативно – правовые акты, регламентирующие маркетинговую деятельность;
- основы правового статуса участников маркетинговой деятельности;
- основы правового статуса потребителей, их права и обязанности;
- понятие, признаки и классификацию маркетинговых правоотношений;
- основы правового регулирования конкурентной среды;
- основы правового регулирования получения и использования маркетинговой информации;
- основы правового регулирования товарной политики и ценообразования в РФ;
- правовые основы функционирования каналов распределения в маркетинговой деятельности;
- правовые основы регулирования рекламной деятельности в РФ;
- правовые основы маркетинговых коммуникаций;
- основы юридической ответственности в маркетинговой деятельности;

Студент должен уметь:

- определять правовой статус субъектов маркетинговых правоотношений;
- правильно использовать маркетинговую информацию, уметь защищать конфиденциальную - маркетинговую информацию, в том числе информацию, составляющую коммерческую тайну, правовыми способами;
- находить, толковать и применять нормативно – правовые акты в профессиональной деятельности
- грамотно готовить юридические документы по вопросам маркетинговой деятельности;
- определять ненадлежащую рекламу;
- определять правовые последствия участия в маркетинговых отношениях, в том числе - правовые последствия несоблюдения норм маркетингового законодательства.

Студент должен владеть:

- основным терминологическим аппаратом, связанным с регулированием маркетинговых правоотношений;
- основными правовыми способами защиты маркетинговой информации;
- методами применения нормативно – правовых актов, закрепляющих и регулирующих маркетинговые правоотношения, в профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы: д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Евстратов В.И.
Крамаренко Р.Р.**

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 Торговое дело
профиль Маркетинг
дисциплина «Рекламная деятельность»**

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование умений и навыков творчески и самостоятельно принимать решения в организации рекламно-информационной деятельности предприятия, интеграции основных принципов организации рекламы в деятельность предприятий различных форм собственности, достижение эффективности рекламной деятельности предприятия с минимальными затратами средств.

Задачи дисциплины.

- сформировать у студентов мышление, позволяющее понять законы и принципы, по которым развивается рекламная деятельность, умение осуществлять научно-обоснованную постановку решения проблем организации рекламы.
- ознакомить студентов с совокупностью технологических приемов, технических средств и методов управления, обеспечивающих эффективную организацию рекламной деятельности.

- научить применять полученные знания в решении комплекса задач по организации сбыта и продвижения товаров на рынке, формирования спроса потребителей на предлагаемую продукцию и товары.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Рекламная деятельность» представляет собой дисциплину базовой части, входящую в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Понятие, сущность рекламы и задачи стоящие перед ней. Социально-психологические основы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Товарный знак, фирменный стиль, брендинг и реклама. Рекламные средства. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные средства. Организация рекламно-информационной деятельности в магазине. Рекламная деятельность оптовых и производственных предприятий. Организация публичных рилейшнз на предприятии. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Планирование рекламной деятельности. Расчёт комплексного бюджета рекламы. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6 «обладать способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности»

В результате изучения дисциплины «Рекламная деятельность» у обучающегося должна быть сформирована следующая общепрофессиональная компетенция:

ОПК-5 «обладать готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления».

Процесс изучения дисциплины «Рекламная деятельность» направлен на формирование следующих профессиональных компетенций:

ПК-9 «обладать готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»

ПК-11 «обладать способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие управление рекламной деятельностью;
- формы и методы управления рекламно-информационной деятельностью;
- основные понятия, цели, классификацию и характеристику отдельных видов рекламной деятельности,
- интеграцию информационных технологий рекламной деятельности;
- основные понятия, цели, классификацию и характеристику отдельных видов рекламной деятельности, инновационные технологии рекламной деятельности;

Студент должен уметь:

- составлять документацию в области рекламной деятельности и проверять правильность ее оформления;
- осуществлять контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию товаров и услуг;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления рекламной деятельностью;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления рекламной деятельностью, в том числе инновационные;

Студент должен владеть:

- знаниями о принципах принятия и реализации экономических и управленческих решений в области рекламной деятельности предприятия;

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации, разработки инновационных методов, средств и технологий в области рекламной деятельности

Формы контроля:

- экзамен;
- зачёт;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы ст. преподаватель
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Чижик Е.В.
Крамаренко Р.Р.**

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»**

дисциплина «Организация, технология проектирования предприятий»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов теоретических и прикладных знаний в области организации и технологии операций, совершаемых в различных звеньях торговли, определение путей повышения интенсификации на всех стадиях процесса доведения товаров от места производства до потребителей.

Задачи дисциплины.

- передать знания и умения о сложном механизме процесса доведения товаров народного потребления от места производства до потребителей, о путях повышения эффективности этого процесса на всех его стадиях, интенсификации функционирования отдельных торгово-технологических звеньев и операций, всей совокупности процесса товародвижения на основе развития предпринимательской инициативы.
- овладеть теоретическими и специальными знаниями по совершенствованию и оптимизации технологических процессов на предприятиях торговли;
- освоить формы и методы товарного предложения и торгового обслуживания в предприятиях магазинных и внемагазинных форм продажи;
- приобрести практические навыки в принятии решений и квалификационной оценке всего многообразия возникающих стандартных и нестандартных ситуаций в процессе организации торговых процессов и обслуживания покупателей;
- сформировать устойчивые представления об особенностях технико-экономического обоснования целесообразности проектирования и строительства предприятий торговли.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий» представляет собой дисциплину базовой части, входящую в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Цели, задачи, предмет и основные понятия дисциплины. Тара и ее роль в процессе товародвижения. Организация перевозки товаров. Организация, инфраструктура и принципы размещения предприятий оптовой торговли. Склады в оптовой торговле. Технология складских операций. Управление торгово-технологическими процессами. Классификация и принципы размещения торговых розничных предприятий. Технологическая планировка и торгово-технологическое оборудование предприятия розничной торговли. Организация торгово-технологического процесса на предприятиях розничной торговли. Управление торгово-технологическим процессом на предприятиях розничной торговли. Государственный контроль в торговле. Защита прав потребителей. Принципы, нормы и методы проектирования. Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-5: «Обладать способностью анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики».

ПК-2 «обладать способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери»

ПК-13 «обладать готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

ПК-15 «обладать готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;

- основы деятельности торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом,

- организацию труда и управление на предприятиях,

- принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;

Студент должен уметь:

- использовать экономическую, нормативно-правовую документацию;

- осуществлять поиск информации, сбор, анализ данных характерных для торгово-технологических процессов;

- представлять результаты аналитической и исследовательской работы;

- использовать экономическую, нормативно-правовую документацию в логистической деятельности;

- осуществлять поиск информации, сбор, анализ данных для реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- осуществлять поиск информации, сбор, анализ данных характерных для торгово-технологических процессов

Студент должен владеть:

- методологией оформления документации в ходе управления торгово-технологическими процессами;

Формы контроля:

- зачет;

- решение практических ситуаций;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

Разработчик программы ст. преподаватель

Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доц.

Чижик Е.В.

Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Информационные технологии в маркетинге»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: ознакомление студентов со структурой, содержанием, функциональным назначением экономических информационных систем, технологией автоматизированного

решения задач в управленческой деятельности. Ознакомить обучающихся с этапами проектирования информационных систем, выбором программной платформы, разработкой пользовательского интерфейса, а также средствами и методами защиты информации.

Задачи дисциплины:

Получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию технологии обработки информации, основанной на применении математических методов и компьютерной техники. Дать бакалаврам знания основных теоретических положений прикладной информатики и теории систем.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Информационные технологии в маркетинге» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Основные понятия информационных процессов в организационно-экономической сфере, Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, технологию и методы обработки экономической информации; сетевые технологии обработки данных; развития и эксплуатации информационных систем; области применения новых информационных технологий; основные принципы построения и использования автоматизированных систем в управленческой деятельности; методы защиты информации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (**ОПК-1**);

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (**ОПК-4**);

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (**ПК-12**).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать: - определения дисциплины, понятия информационных процессов в организационно-экономической сфере; технологию и методы обработки экономической информации; роль и место автоматизированных ИС в экономике; теоретические и практические навыки проектирования автоматизированных ИС; роль и место специалиста экономического профиля на стадиях жизненного цикла создания, развития и эксплуатации ИС; области применения новых ИТ; основные принципы построения и использования автоматизированных систем бухгалтерского учета;

Студент должен уметь: использовать средства офисного назначения для обработки экономической информации; оценить пакеты прикладных программ по обработке экономической информации представленные на рынке программных средств; использовать новые информационные технологии в экономических системах; применять на практике методы защиты информации.

Студент должен владеть: технологиями и методами обработки экономической информации;

- навыками работы с программным обеспечением персонального компьютера,

- принципами построения и использования автоматизированных систем, создания информационного обеспечения для информационных систем в данной предметной области.

Формы контроля:

- зачеты
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга»
к.э.н., доцент

Веретенникова Е.Г.

Крамаренко Р.Р.

Вариативная часть
Обязательные дисциплины
Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Правоведение»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: ознакомление студентов с основными принципами и отраслями российского права как ведущего института нормативного регулирования общественных отношений и высшей ценности цивилизации, правотворческим и правоприменительным процессом, системой государственных органов, правами и свободами человека и гражданина, основами отраслевого права для развития их правосознания, правовой и профессиональной культуры, выработки позитивного отношения к праву, так как оно есть основа социальной реальности, наполненная идеями гуманизма, добра и справедливости.

Задачи дисциплины:

- научить основам юриспруденции как ведущего компонента правовой исполнительской общей и профессиональной культуры;
- ознакомить студентов с историей, теорией государства и права и перспективами их развития;
- научить студентов понимать суть законов и основных нормативно-правовых актов, ориентироваться в них и интегрировать полученную информацию в правовую компетентность по будущей профессии;
- дать общую характеристику необходимых правовых знаний в профессии;
- сформировать у студентов знания по практическому применению и соблюдению законодательства; научить принимать многообразие юридически значимых креативных решений и совершать иные действия в точном соответствии с законом;
- показать взаимосвязь теории и практики в юриспруденции;
- способствовать развитию умения студентов анализировать законодательство и практику его применения путем проектирования, моделирования, имитации правовых ситуаций;
- развивать способность студентов синтезировать нововведения в законодательстве и других нормативных акта;
- научить анализировать и принимать к сведению международные правовые акты, в которых осуществляется реализация проекта Болонского соглашения о едином образовательном пространстве;
- развивать способность и потребность обучающихся постоянно развивать свои знания по юриспруденции в течении всей будущей профессиональной деятельности и научить адаптироваться к изменениям в законодательстве;
- развивать креативные качества личности будущего специалиста, его правосознание и правовое мировоззрение;
- определить направленность действий на развитие творческих способностей и реализации правовых знаний студентов в процессе обучения;

- подготовить к профессиональной деятельности с учетом соблюдения международных устоев в области прав человека в современных условиях поликультурного общества в РФ.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Правоведение» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Государство и право; их роль в жизни общества.

Норма права и нормативно-правовые акты.

Основные правовые системы современности. Международное право как особая система права.

Источники российского права. Закон и подзаконные акты.

Система российского права. отрасли права.

Правонарушение и юридическая ответственность.

Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство.

Конституция Российской Федерации – основной закон государства; Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации.

Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности.

Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право.

Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей.

Ответственность по семейному праву.

Трудовой договор (контракт). Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение.

Административные правонарушения и административная ответственность.

Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.

Экологическое право.

Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6: способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК-9: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору ее достижения;

ОПК-3: умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

организацию и закономерности общественных процессов; принципы взаимоотношений человека, государства и общества; права и обязанности человека и гражданина; влияние правосознания на формирование правовой и профессиональной культуры личности; основы конституционного строя России; систему органов государственной власти; принципы формирования и функционирования государственного аппарата, особенности правоприменительного процесса.

Студент должен уметь: ориентироваться в отраслевой системе права; анализировать содержание правовых норм и вытекающих из них субъективных прав и обязанностей; защищать свои гражданские права всеми законными средствами; добросовестно и пунктуально выполнять свои гражданские обязанности.

Студент должен владеть: навыками работы с литературой и нормативными актами в области различных отраслей права; терминологией и основными понятиями, используемыми в правоведении.

Формы контроля:

- зачеты;

-решение практических ситуаций;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

**Разработчик программы д.ю.н., профессор
Зав. кафедрой «Общеправовых дисциплин»
к.ю.н., доцент**

Працко Г.С.

Крыгина И.А.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Социология»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: изучение основных закономерностей, тенденций исторического процесса, формирование научного мировоззрения на основе знания особенностей истории России в контексте мировой истории, выработка навыков работы с учебной и научной литературой.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов социологического мышления, системного представления о закономерностях и тенденциях развития российского общества как части человечества, понимания единства и многообразия социологических процессов в мире.

Задачи курса: «Социология» входит приобретение студентами глубоких знаний основных категорий и положений социологической науки, обучение студентов правильному ориентированию в процессе функционирования и развития общества.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Социология» относится к обязательным дисциплинам вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль.

Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и общности. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса.

Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры.

Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект.

Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепции социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе.

Методы социологического исследования.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-5: способностью к самоорганизации и самообразованию;

ОК-9: Владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору ее достижения;

ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные этапы развития человечества и общества;

- основные концепции развития социологии в России и за рубежом;
- характер социологии как науки и ее место в системе гуманитарного знания:

Студент должен уметь:

- овладеть основами социологического мышления, целостным видением процесса развития общества;
- работать с источниками научной литературой по социологии, иметь навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.
- использовать новые технологии информации и коммуникации.

Студент должен владеть:

- навыками восприятия, анализа и обобщения текстов социологической направленности;
- понятийным аппаратом учебной дисциплины, ясным изложением фактов социального развития.
- методами социологического исследования.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.э.н., доцент

Нор-Аревян О.А.

Зав. кафедрой «Государства и права

и политологии» к.ю.н., доцент

Шепелев В.И.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Концепции современного естествознания»

Цели и задачи изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины КСЕ является изучение концепции глобального эволюционизма с целью сформировать у студентов целостный взгляд на развитие объективного мира, как неразрывного единства природы, общества и человека.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов логического мышления.

В задачи курса КСЕ входят:

- представление об иерархии структурных элементов материи от микро- до макро- и мегамира;
- о специфике живого, принципах эволюции, биологическом многообразии и его роли в сохранении устойчивости биосферы;
- о физиологических основах психологии, социального поведения, экологии и здоровья человека.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Концепции современного естествознания» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса:

Естественнонаучная и гуманитарная культуры; научный метод; история естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития; корпускулярная и континуальная концепции описания природы; порядок и беспорядок в природе; хаос; структурные уровни организации материи; микро-, макро- и мегамиры; пространство, время; принципы относительности; принципы симметрии; законы сохранения; взаимодействие; близкодействие, далекодействие, состояние; принципах суперпозиции, неопределённости, дополненности; динамические и статистические закономерности в природе; законы сохранения энергии в макроскопических процессах; принцип возрастания энтропии; химические процессы, реакционная способность вещества, внутренне строение и история геологического развития земли; современные концепции развития геосферных оболочек; литосфера как абиотическая основа жизни; экологические функции литосферы: ресурсная, геодинамическая, геофизико-геохимическая; географическая оболочка Земли и особенности биологического уровня организации материи;

принципы эволюции, воспроизводства и развития живых систем; многообразие живых организмов - основа организации и устойчивости биосферы, генетика и эволюция человек: физиология, здоровье, эмоции, творчество, работоспособность; биоэтика, человек, биосфера и космические циклы: ноосфера, необратимость времени, самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен** демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- основные тенденции изменения и самоорганизации неживой и живой материи в рамках концепции глобального эволюционизма;
- основные этапы развития естествознания, особенности современного естествознания, ньютоновскую и эволюционную парадигмы;
- особенности взаимосвязей между химическими, физическими и биологическими процессами в природе.

Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач ;
- анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.

Владеть:

- культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию правовой информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки научной информации;
- навыками работы с научной информацией в глобальных компьютерных сетях;
- навыками ведения здорового образа жизни, участвовать в занятиях физической культуры.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы д.п.н., проф.

Старикова О.Г.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н., доцент

Гайломасова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Правовое обеспечение информационной деятельности»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: ознакомление студентов с основными понятиями информатики, аппаратными и программными средствами, научить использовать передовые программные средства для обработки информации, развить практические навыки работы с современным программным обеспечением и подготовить их к использованию современной вычислительной техники для решения экономических и управленческих задач.

Задачи дисциплины:

Получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию технологии обработки информации, основанной на применении математических методов и компьютерной техники.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Правовое обеспечение информационной деятельности» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Основные понятия и методы теории информатики и кодирования. Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; архитектура ЭВМ; состав и назначение основных элементов персонального компьютера; операционные системы; технология обработки текстовой информации; электронные таблицы; элементы теории баз данных, алгоритмизация и технологии программирования; сетевые технологии обработки данных; сетевой сервис и сетевые стандарты; методы защиты информации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности (**ОК-6**);
- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (**ОК-9**).
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (**ОПК-3**).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать: основные понятия и проблемы информатики, компьютерных информационных технологий, информатизации общества и их влияние на эффективность решения профессиональных задач; этические и правовые нормы, регулируемые действующим законодательством

Студент должен уметь: выделять новые информационные технологии, использовать информационные среды по направлению основной деятельности; пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности и соблюдать действующее законодательство

Студент должен иметь представление: об истории развития вычислительной техники, значимости компьютерных сетей.

Студент должен владеть: методами реализации основных нормативных документов в своей профессиональной деятельности по организации хранения файлов в памяти компьютера; глобальной сети Интернет, работы с программным обеспечением персонального компьютера.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга»
к.э.н., доц.

Веретенникова Е.Г.

Крамаренко Р.Р.

дисциплина «Информационные технологии в управлении»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью курса «Информационные технологии в управлении» является ознакомление студентов со структурой, содержанием, функциональным назначением экономических информационных систем, технологией автоматизированного решения задач в управленческой деятельности. Ознакомить обучающихся с этапами проектирования информационных систем, выбором программной платформы, разработкой пользовательского интерфейса, а также средствами и методами защиты информации.

Задачи дисциплины:

Получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию технологии обработки информации, основанной на применении математических методов и компьютерной техники. Дать бакалаврам знания основных теоретических положений прикладной информатики и теории систем.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Основные понятия информационных процессов в организационно-экономической сфере, Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, технологию и методы обработки экономической информации; сетевые технологии обработки данных; развития и эксплуатации информационных систем; области применения новых информационных технологий; основные принципы построения и использования автоматизированных систем в управленческой деятельности; методы защиты информации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Информационные технологии в управлении» направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: определения дисциплины, понятия информационных процессов в организационно-экономической сфере; технологию и методы обработки экономической информации; роль и место автоматизированных ИС в экономике; теоретические и практические навыки проектирования автоматизированных ИС; роль и место специалиста экономического профиля на стадиях жизненного цикла создания, развития и эксплуатации ИС; области применения новых ИТ; основные принципы построения и использования автоматизированных систем бухгалтерского учета;

Уметь: использовать средства офисного назначения для обработки экономической информации; оценить пакеты прикладных программ по обработке экономической информации представленные

на рынке программных средств; использовать новые информационные технологии в экономических системах; применять на практике методы защиты информации.

Иметь представление о новых программных средах и системах переработки информации, их ожидаемых параметрах, перспективах развития вычислительных систем.

Владеть: технологиями и методами обработки экономической информации; работы с программным обеспечением персонального компьютера, принципы построения и использования автоматизированных систем, создания информационного обеспечения для информационных систем в данной предметной области.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы доцент

Веретенникова Е.Г.

Зав. кафедрой «Маркетинга»

Крамаренко Р.Р.

к.э.н., доц.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Маркетинговые коммуникации»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: заключается в изучении концептуально-методологических, теоретико-практических и расчетно-аналитических аспектов маркетингово-коммуникационной деятельности современных хозяйствующих субъектов.

Основные задачи курса «Маркетинговые коммуникации» состоят в следующем:

- изучение теоретико-методологических основ современного маркетинга коммуникаций;
- формирование системы знаний о содержательной сущности, целях, задачах, принципах и направлениях развития маркетинговой науки и коммуникационных технологий;
- анализ направления развития маркетингово-коммуникационных исследований;
- характеристика особенностей организации маркетингово-коммуникационной деятельности предприятий;
- анализ современной коммуникационной политики в маркетинге.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-4: Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- 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;

- ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- приоритетные принципы и функции современной маркетингово-коммуникационной деятельности предприятий, основные разновидности маркетинговых исследований, особенности формирования и функционирования товарной, ценовой, сбыто-распределительной и коммуникационной стратегий хозяйствующих субъектов, а также их организационно-управленческую структуру маркетинговых служб и подразделений.

Студент должен уметь

- анализировать маркетингово-коммуникационную деятельность отечественных предприятий, индигировать ее состояние и экономическую эффективность, оценивать степень финансово-инвестиционной привлекательности маркетинговых стратегий и программ развития хозяйствующих субъектов, а также производить маркетингово-коммуникационные исследования результатов их производственно-сбытовых процессов.

Студент должен владеть:

знаниями о концептуально-методических основах и инструментально-методических средствах современной маркетинговой работы, маркетингово-коммуникационных стратегиях хозяйствующих субъектов, комплексных исследованиях маркетинговой деятельности и прогрессивных компьютерных расчетно-аналитических операциях и INTERNET-технологиях в маркетинге коммуникаций.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Филонич В.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Маркетинговые исследования»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: приобретение студентами знаний по основным ключевым понятиям, касающимся проблем организации и проведения маркетинговых исследований в организациях, документирования полученных данных.

Задачи курса:

- глубокое усвоение студентами теоретических основ внутреннего и внешнего маркетинга, обстоятельное изучение системы хозяйственного управления в России, вопросов организации деятельности маркетинговых агентств;
- овладение навыками организации и методики проведения маркетинговых исследований на внешнем и внутреннем рынках, изучения основных законодательных документов, определяющих направления, характер, содержание и методику маркетинговой деятельности на предприятии;
- изучение теоретических основ и принципов организации и осуществления маркетинговых исследований, их классификация, система контроля, основные мероприятия, связанные с организацией работы маркетингового отдела на предприятии;
- изучение вопросов подготовки, организации, проведения, оформления и реализации маркетингового исследования в производственной и финансово-хозяйственной деятельности организаций.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к дисциплинам вариативной части профессионального цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- 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;
- ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные правовые нормы, регулирующие маркетинговую деятельность и маркетинговые исследования;
- основную законодательную базу в регулировании маркетинговых исследований;
- характер и содержание основных мероприятий, которые практически выполняются аппаратами финансового контроля: составление бюджетных планов маркетинговых исследований, организация контроля за их выполнением, подготовка к проведению ревизии, обобщение материалов и составление заключений по выполненной работе, принятия решений по результатам выполненной работы, контроль за установлением выявленных нарушений и возмещением материального ущерба, отчетность о работе маркетингового отдела в течение года.

Студент должен уметь:

- оценивать экономическую ситуацию и грамотно с правовой точки зрения применять соответствующую законодательную базу в процессе маркетинговых исследований;
- эффективно использовать полученные знания в практике и будущей научной деятельности;
- показать знания в области маркетинговых исследований (виды и формы маркетинговых планов, первичной документации, учетных регистров, форм отчетности и других документов), которые подлежат проверке, умение пользоваться нормативными документами, приемами экономического анализа и статистики. Студенту необходимо знать, как правильно отразить в учете и отчетности результаты, выявленные в результате проверок.

Студент должен владеть:

Знаниями:

- о предмете и методе маркетинговых исследований, как на внутреннем уровне, так и на внешнем маркетинговом уровне;
- о нормативно-правовом обеспечении маркетинговых исследований как на российском, так и на международном уровне.

Формы контроля:

- экзамены;

- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Филонич В.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»

дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование системы теоретических знаний и практических навыков студентов по курсу и выявление особенностей организации маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

Задачи курса:

- изучение специфики маркетинговой деятельности в производственной, сельскохозяйственной, внешнеэкономической, страховой, банковской сферах, оптовой и розничной торговле.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» относится к дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения. Рынок продукции производственно-технического назначения. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства. Маркетинг в агропромышленном комплексе. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Маркетинг в сфере услуг. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в РФ. Сущность, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Рынок образовательных услуг в России: маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание. Виды маркетинговых исследований во внешнеэкономической сфере. Особенности маркетинга в страховой деятельности. Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи). Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле. Маркетинг в туристическом бизнесе. Особенности маркетинга в различных сферах банковской деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
- ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях и методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка;
- методы сегментации рынка и позиционирования товара;
- особенности комплекса маркетинга при работе на различных рынках;

Студент должен уметь:

- проводить маркетинговые исследования на различных рынках, на которых осуществляет свою деятельность фирма;
- осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности;
- эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы;
- выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках и в различных сферах деятельности;

Студент должен владеть:

- знаниями о специфике маркетинговой деятельности в производственной, сельскохозяйственной, внешнеэкономической, страховой, банковской сферах, оптовой и розничной торговле;
- методикой проведения анализа маркетинговой деятельности; анализа, оценки и реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) предприятий различных отраслей.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- курсовые работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы: д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Евстратов В.И.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Управление маркетингом»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: Целью дисциплины является овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятие стратегических и тактических решений.

Задачи курса:

- приобретение знаний, умений и навыков, принятие маркетинговых решений на стратегическом уровне управления предприятием, на уровне отдельных рынков и товаров, на инструментальном уровне;
- приобретение знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Управление маркетингом» относится к дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Конкурентные преимущества предприятия. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Контроль, аудит и оценка маркетинга.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ПК-1: Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

- ПК-2: Способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;
- ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные теоретические и методологические положения управления маркетингом предприятия.

Студент должен уметь:

- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры принятия маркетинговых решений, маркетингового планирования и осуществления контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Студент должен владеть:

- знаниями о формировании бюджета маркетинга;
- о разработке комплекса маркетинга;
- об управлении товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами.
- тактикой управления маркетингом;
- приемами маркетинговой деятельности организации;
- навыками экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых маркетинговых решений.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- курсовые работы;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Левчук В.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Международный маркетинг»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: приобретение студентами знаний по основным ключевым понятиям, касающимся проблем организации и проведения международного маркетинга в организациях, организации системы исследований, документирования полученных данных.

Задачи курса:

- глубокое усвоение студентами теоретических основ внутреннего и внешнего маркетинга, обстоятельное изучение системы хозяйственного управления в России, вопросов организации деятельности маркетинговых агентств;

- овладение навыками организации и методики проведения маркетинговых исследований на международном рынке, изучения основных законодательных документов, определяющих направления, характер, содержание и методику маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках;
- изучение теоретических основ и принципов организации и осуществления маркетинговых программ, их классификация, система контроля, основные мероприятия, связанные с организацией работы маркетингового отдела на предприятии, права и обязанности контрольно-ревизионных служб, а также предприятий и должностных лиц, деятельность которых проверяется.
- изучение вопросов подготовки, организации, проведения, оформления и реализации маркетингового планирования в производственной и финансово-хозяйственной деятельности организаций.
- изучение организации внутривозрастного контроля на предприятиях различных форм собственности со стороны функциональных служб предприятия, обращая особое внимание на контрольные функции начальника маркетингового отдела.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность международного маркетинга. Международная среда. Глобализация экономики и стратегии международного развития. Маркетинговые исследования на мировых рынках. Особенности сегментации. Стратегии выхода на зарубежные рынки. Деятельность транснациональных корпораций (ТНК). Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке. Товарные стратегии в международном маркетинге. Системы товародвижения в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии. Ценообразование в международном маркетинге.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;
- ПК-13: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные правовые нормы, регулирующие маркетинговую и международную маркетинговую деятельность;
- основную законодательную базу в регулировании маркетинговой деятельности;
- характер и содержание основных мероприятий, которые практически выполняются аппаратами финансового контроля: составление бюджетных планов маркетинговых исследований, организация контроля за их выполнением, подготовка к проведению ревизии, обобщение материалов и составление заключений по выполненной работе, принятия решений по результатам выполненной работы, контроль за установлением выявленных нарушений и возмещением материального ущерба, отчетность о работе маркетингового отдела в течение года.

Студент должен уметь:

- оценивать экономическую ситуацию и грамотно с правовой точки зрения применять соответствующую законодательную базу в маркетинговой деятельности;
- эффективно использовать полученные знания в практике и будущей научной деятельности;
- показать знания в области маркетинговой деятельности (виды и формы маркетинговых планов, первичной документации, учетных регистров, форм отчетности и других документов), которые подлежат проверке, умение пользоваться нормативными документами, приемами экономического анализа и статистики. Студенту необходимо знать, как правильно отразить в учете и отчетности результаты, выявленные в результате проверок.

Студент должен владеть:

- предметом и методами маркетинговой деятельности, как на уровне предприятия, так и на международном маркетинговом уровне;
- нормативно-правовом обеспечением маркетинговой деятельности как на российском, так и на международном уровне.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Вишнякова С.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Экономический анализ деятельности предприятий»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Экономический анализ деятельности предприятия»: дать студентам теоретические знания в области экономического анализа в условиях рыночной экономики; привить практические навыки использования информационных технологий при обработке экономической информации.

Задачи дисциплины: формирование у студентов современного уровня знаний, умений и практических навыков по проведению аналитической работы для принятия грамотных управленческих решений, обеспечивающих эффективную деятельность предприятия, оптимальное использование ресурсов и резервов производства.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Экономический анализ деятельности предприятий» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Предмет, задачи, содержание и принципы анализа деятельности предприятия; виды анализа; их классификация и характеристика; методика проведения анализа деятельности предприятия; классификация факторов в анализе хозяйственной деятельности предприятия; информационная база анализа; способы обработки экономической информации в анализе хозяйственной деятельности предприятия, резервы повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия: классификация их видов и их характеристика; организация аналитической работы и оценки потенциала предприятия; анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

Классификация факторов в анализе хозяйственной деятельности организаций; информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности; способы обработки информации в анализе хозяйственной деятельности; виды резервов в анализе хозяйственной деятельности; организация анализа хозяйственной деятельности; экономический анализ по основным направлениям деятельности; анализ использования трудовых ресурсов; анализ использования материальных ресурсов; анализ результатов хозяйственной деятельности организаций.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-9 -готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать маркетинговые стратегии организации

ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

ПК-14 - способностью прогнозировать бизнес-процессы по продвижению товаров и оценивать их эффективность

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Знать:

- основные технико-экономические показатели, характеризующие различные стороны финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия;
- методы и приемы экономического анализа этих показателей торговой организации;
- источники информации при сборе необходимых для анализа данных для маркетинговых исследований.

Уметь:

- применять на практике изученные методические приемы маркетингового анализа;
- сопоставлять технико-экономические и финансовые показатели в их динамике за ряд лет;
- делать соответствующие выводы из результатов маркетингового анализа;
- выделять влияние отдельных показателей на результат финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия.

Владеть:

- навыками изучения нормативно-законодательных материалов, учебно-методической, научной и информационно - статистической литературы;
- умением систематизации и обобщения маркетинговой информации на основе внутренней и внешней отчетности предприятия для самостоятельного анализа хозяйственной деятельности и принятия управленческого решения;
- умением корректно использовать методы и методики маркетингового анализа в экспертизе экономического и финансового состояния, в оценке степени потенциального банкротства и в определении эффективности деятельности предприятия.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Денисова И.П.

Денисова И.П.

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»**

дисциплина «Конкурентоспособность организаций и товаров»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: изучить методологические основы поиска резервов и способов повышения качества и конкурентоспособности предприятия и его продукции, обеспечивающих завоевание рынков сбыта, расширение производства и его диверсификацию, рост инновационной активности и, как следствие, доходов в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

- изучение критериев конкурентоспособности организаций и товаров;

- изучение макро- и микро-факторов, влияющих на конкурентоспособность;
- овладение методами оценки конкурентоспособности организаций и товаров;
- ознакомление с принципами управления и обеспечения конкурентоспособности организаций и товаров.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Конкурентоспособность организаций и товаров» представляет собой дисциплину вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение, должны освоить следующие темы курса: Теоретические основы управления конкурентоспособностью. Факторы и инструменты конкурентоспособности. Критерии конкурентоспособности организаций и товаров. Оценка конкурентоспособности объектов. Обеспечение конкурентоспособности предприятия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-3 – «обладать готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка»

ПК-8 – «обладать готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания»

ПК-9 – «обладать готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- сущность процесса конкурентного анализа;
- факторы эффективности процесса оценки конкурентных преимуществ товаров;
- понятие и сущность конъюнктуры рынка; способы достижения фирмой конкурентных преимуществ на рынке и иерархию пропорций рынка;
- методы оценки распределения рыночных долей, методики измерения цикличности и сезонных колебаний;
- основы функционирования системы управления качеством продукции в России и за рубежом;
- проблемы в области качества товаров и выявление методов их решения;

Студент должен уметь:

- определить тип конкурентной ситуации на рынке;
- проводить графическое позиционирование товаров на рынке;
- оценить конкурентоспособность товара и фирмы выбрать наиболее эффективную конкурентную стратегию фирмы;
- анализировать уровень качества продукции; проводить
- мониторинг системы качества предприятия

Студент должен владеть:

- навыками расчета показателей качества и конкурентоспособности продукции;
- применения статистических инструментов контроля качества товара;
- работы с различными экономическими определениями, показателями и документами;
- проведения исследований факторов конкурентоспособности организации.

Формы контроля:

- экзамен;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы ст. преподаватель
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доц.**

**Чижик Е.В.
Крамаренко Р.Р.**

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»**

дисциплина «Правовое регулирование предпринимательской деятельности»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины – углубленное изучение правовых основ предпринимательской деятельности, предметного соотношения экономики и права, проблем реализации юридических норм и практики их осуществления.

Конечная цель преподавания дисциплины «Правовое регулирование предпринимательской деятельности» – повысить конкурентоспособность выпускников института, способствовать гармонизации российской и европейской систем подготовки специалистов.

Задачи дисциплины состоят в изучении динамики предпринимательства и права в России в их системной целостности, а также исследование специфики отдельных видов предпринимательских правоотношений в Российской Федерации

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Правовое регулирование предпринимательской деятельности является одной из дисциплин вариативной части профессионального цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Понятие и источники правового регулирования предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности. Объекты предпринимательской деятельности. Обязательства в сфере предпринимательской деятельности. Понятие, значение и нормативная основа договора. Формы и виды государственного регулирования предпринимательской деятельности. Правовое регулирование перевозки грузов. Предпринимательская деятельность и товарный рынок. Правовые основы несостоятельности (банкротства). Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере реализации товаров, работ, услуг. Правовое регулирование конкуренции и монополии при осуществлении предпринимательской деятельности

Правовое регулирование инвестиционной деятельности, в том числе с участие иностранного капитала. Понятие и правовое регулирование внешнеэкономической деятельности. Охрана и защита прав и интересов предпринимателей

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6:-способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК-9: - способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для

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

ОПК-3: - умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- предмет, метод, принципы и основные институты предпринимательского права; содержание предпринимательского права и законодательства, организационно-правовые формы субъектов предпринимательства, виды предпринимательской деятельности, а также юридическую практику разрешения наиболее типичных экономических споров.

- основы законодательства Российской Федерации ;

- методы обобщения, анализа и восприятия законодательной информации в практике разрешения экономических споров

- формы и методы правового регулирования предпринимательской деятельности ;

- механизмы и способы судебной и внесудебной защиты прав субъектов предпринимательской деятельности;

Уметь:

- грамотно выражать и обоснованно аргументировать свою точку зрения, опираясь на действующее законодательство;
- работать с нормативным материалом и материалами судебно-арбитражной практики, грамотно выражать и обоснованно аргументировать свою точку зрения, опираясь на действующее законодательство.
- применять нормы действующего законодательства при создании, государственной регистрации, осуществления предпринимательской деятельности и ликвидации субъектов и оформлении договорных правоотношений;
- использовать правовые методы для защиты интересов субъектов малого бизнеса;
- грамотно излагать свою юридическую позицию;

Владеть:

- культурой мышления и понятийно-категориальным аппаратом дисциплины, а также нормативным материалом и информацией о наиболее важных законопроектах;
- понятийно-категориальным аппаратом дисциплины, а также нормативным материалом и информацией о наиболее важных законопроектах.
- основными закономерностями возникновения, функционирования и развития предпринимательских правоотношений, путями становления и направлениях развития российского законодательства в сфере предпринимательства;

Иметь представление о месте и роли предпринимательского права в системе российского права, его взаимосвязи с другими отраслями права (гражданским, административным, финансовым и т.д.), а также об основных закономерностях возникновения, функционирования и развития предпринимательских правоотношений.

- путях становления и направлениях развития российского законодательства в сфере предпринимательства;
- правоприменительной практике, связанной с предпринимательской деятельностью;

Приобрести практические умения и навыки толкования и применения законов и других нормативно-правовых актов, действующих в сфере предпринимательского права, а также составления юридических документов (образцов договоров, претензий, исков).

Формы контроля:

- экзамен;
- зачеты;
- контрольные работы;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Гражданско-правовых дисциплин»
к.ю.н. , доцент

Иванченко М.А.

Демьяненко Е.В.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Налогообложение и ценообразование»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: дать студентам основные понятия и знания в области налогообложения физических и юридических лиц, системы управления налогообложением в РФ.

Задачи дисциплины:

Формирование у студентов современного уровня знаний, умений и практических навыков

по проведению аналитической работы для принятия грамотных управленческих решений, обеспечивающих эффективную деятельность предприятия, оптимальную налоговую нагрузку.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Налогообложение и ценообразование» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Экономическая сущность налогов; функции налогов; элементы налога и их характеристика; принципы и методы налогообложения; способы уплаты налогов; налоговая система; особенности построения налоговой системы в России, промышленно развитых и развивающихся государствах; классификация налогов; налоговый механизм; налоговый контроль; налоговая политика; налоговое регулирование и его особенности в России и зарубежных странах; налог на прибыль организаций; особенности налогообложения отдельных видов доходов организаций, прибыли кредитных и страховых организаций, иностранных юридических лиц; налог на имущество предприятий; платежи за пользование природными ресурсами, отчисления в государственные внебюджетные фонды социального назначения; акцизы; налог на добавленную стоимость; таможенные пошлины; налоги с физических лиц; подоходный налог с физических лиц; совокупный годовой доход как объект налогообложения; налогообложение доходов от предпринимательской деятельности, декларация о доходах граждан; имущественные налоги с физических лиц; другие налоги и сборы с юридических и физических лиц; права, обязанности и ответственность налогоплательщиков и налоговых органов; влияние различных видов налогов на ценообразование.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-2: способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- ОК-6: способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

- ОПК-3: Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать: законодательные и нормативные акты, регламентирующие деятельность организаций в сфере налогообложения;

- прикладные аспекты в области управления налоговой нагрузкой и ценообразования;

о налоговой системе России, принципах и методах налогообложения и ценообразования, методику расчётов налогов, всех видов вычетов и льгот, документооборот по налогообложению, систему контроля за соблюдением налогового законодательства

уметь: самостоятельно и творчески использовать теоретические знания в процессе последующего обучения в соответствии с учебными планами подготовки бакалавров

владеть навыками:

-по расчёту налогов, заполнению налоговых деклараций;

-определения и планирования цен в зависимости от налоговой нагрузки на предприятие;

-изучения новых знаний по теории налогообложения и применения их на практике.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Косенко Н.В.

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Финансы, денежное обращение и кредит»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель данного курса - дать студентам теоретические знания в области финансов и денежного обращения, сфер и звеньев финансовой системы, организации финансовых отношений государства и субъектов хозяйственной деятельности как основы для последующего изучения дисциплин специализации, особенности кредитных отношений в современных экономических условиях.

Задачи курса «Финансы, денежное обращение и кредит»:

- формирование, расширение и углубление теоретических знаний в области финансов, их организации и управления финансовыми отношениями на микро и макроуровнях;
- овладение основными приемами и навыками анализа современного состояния и тенденций развития финансовых отношений;
- изучение финансовой системы и содержание ее основных элементов;
- раскрытие сущности и особенностей кредитных отношений;
- раскрытие сущности и особенностей организации денежного обращения;
- изучение особенностей организации и функционирования финансовых рынков.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Финансы, денежное обращение и кредит» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Сущность и роль финансов. Финансовая система. Финансы хозяйствующих субъектов. Бюджет. Внебюджетные фонды. Страхование. Кредитная и банковская система. Денежно-кредитная политика. Методы регулирования денежного оборота. Наличный и безналичный обороты. Формы кредитных отношений. Финансовый рынок.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5)
- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9)
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего (ОПК-3)
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14)

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать:

суть и содержание теории финансов;
этапы и сути процесса развития финансовых институтов сущность, функции финансов и кредита;
взаимосвязь этих экономических категорий и закономерности их развития;
устройство и принципы функционирования современной финансовой системы;

сущность, структуру, формы и виды кредита, закономерности кредитных отношений; нормативно-правовые документы в области финансов, денежного обращения и кредита; методики расчета показателей кредитоспособности; методы оценки рисков в финансовой сфере; методы оценки эффективности кредитных операций.

уметь:

анализировать научные проблемы в области финансов;
выявлять закономерности развития финансовых институтов в современном мире;
анализировать финансовую информацию и нормативную документацию;
обосновывать прогностические оценки в экономическом и финансовом развитии;
анализировать финансовую информацию и нормативную документацию;
рассчитать показатели кредитоспособности потенциального заемщика и давать оценку кредитного риска;
выбирать оптимальный вариант нетрадиционного финансирования в зависимости от конкретной цели бизнеса, рассчитывать параметры финансовых операций (срочность, доходность, риск и др.) и оценивать их эффективность

владеть:

знаниями о специфике трансформации финансовых институтов в современной России;
навыками изучения нормативно-законодательных материалов, учебно-методической, научной и информационно-статистической литературы;
навыками анализа конкретных ситуаций, складывающихся в национальной экономике;
навыками систематизации и обобщения информации, подготовки обзоров и других материалов;
навыками изучения нормативно-законодательных материалов навыками расчета показателей кредитоспособности;
навыками оценки рисков в финансовой сфере;
навыками оценки эффективности кредитных операций.

Формы контроля:

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Шпилевская Е.В.

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Внешнеэкономическая деятельность»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса:

- подготовка теоретической базы в форме системы знаний, носящих междисциплинарный характер, по вопросам сущности, видов и основных форм организации внешнеэкономической деятельности, организации и техники операций во внешней торговле, государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, специфики организации внешнеэкономической деятельности на уровне субъектов РФ и коммерческих организаций (предприятий).

Задачи дисциплины:

- изучение сущности, направлений и форм организации внешнеэкономической деятельности;
- формирование у студентов целостной системы знаний о закономерностях и специфике развития внешнеэкономических связей;
- подготовка теоретической базы для применения полученных знаний на практике.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Внешнеэкономическая деятельность является одной из дисциплин вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Понятие, сущность и условия развития внешнеэкономической деятельности. Основные формы ВЭД. Роль внешнеэкономического фактора в развитии национальной экономики.

Государственное регулирование и управление ВЭД. Методы государственного регулирования. Правовое регулирование ВЭД.

Внешнеэкономические операции.

Современные формы международной торговли. Формы международной конкурсной торговли. Внешнеторговые контракты, их характеристика. Совместные предприятия и свободные экономические зоны. Транспортное обеспечение международных перевозок

Международные расчеты и валютно-финансовые отношения во внешнеэкономической деятельности. Понятие валютных операций и валютного контроля. Организация и проведения деловых переговоров.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6 «обладать способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности».

ОПК-1 «обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности»

ПК-13 «обладать готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- принципы и методы государственного регулирования ВЭД;

- принципы и методы организации и регламентации международного экономического сотрудничества в торговой, инвестиционной, финансово-кредитной и кооперационной сферах для правильного выбора партнеров и заключения договорных обязательств;

Уметь:

- проводить анализ тенденций развития национальной экономики в контексте основных закономерностей изменения мировой экономики и оптимизации государственного регулирования ВЭД;

- обосновывать выбор приоритетных форм и направлений национального участия в международном разделении труда – внешняя торговля, инвестиционное, научно-техническое и производственное сотрудничество, финансово-кредитные отношения;

Владеть:

- организационно-институциональными и правовыми основами взаимоотношений национальных хозяйств в мировой экономике и государственного регулирования ВЭД в России;

-навыками регулирования внешнеэкономических связей в сфере выбора деловых партнеров и заключения договорных соглашений.

Формы контроля:

- зачеты;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Таможенное дело» д.п.н.**

**Иванченко М.А.
Старикова О.Г.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Деловые переговоры»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель дисциплины: Изучение основных закономерностей проведения деловых переговоров в процессе истории и на современном этапе развития общества.

Задачи дисциплины:

- Научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс переговоров.
- Научить использовать внешние и внутренние факторы переговоров в процессе функционирования организации.
- Научить анализировать социокультурные особенности переговоров отдельных общностей.
- Научить студентов применять полученные знания при анализе процесса переговорного процесса в профессиональной деятельности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Деловые переговоры» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Роль переговоров в жизни современного общества. Основные характеристики переговорного процесса.

Организация переговоров. Подготовка к переговорам. Начало переговоров. Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах. Психология трудностей в решении проблемы. Выработка альтернативы. Психология объективности на переговорах. Завершение переговоров.

Принятие решений в переговорном процессе. Стратегия и тактика переговорного процесса. Переговорный процесс в рамках сотрудничества, конфронтации. Психология манипулирования на переговорах. Обман на коммерческих переговорах. Специфика ведения переговоров в экстремальных ситуациях.

Медиация в переговорном процессе. Организационно-концептуальные основы медиации. Психологические основы медиации.

Переговорный процесс в международном аспекте. Западная культура ведения переговоров. Восточная культура ведения переговоров. Российская культура ведения переговоров.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-4: Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ОК-9: Владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору ее достижения;

- ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- психологические основы проведения переговоров;
- этические основы проведения переговоров;
- этнические основы проведения переговоров;
- особенности и процедуру проведения переговоров;

Уметь:

- интерпретировать невербальные формы поведения;
- применять психологические механизмы воздействия на переговорщиков;
- применять закономерности поведения переговорщиков в маркетинговых коммуникациях;

Владеть:

- методиками анализа поведения переговорщиков;
- методиками анализа процесса деловых переговоров;

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Левчук В.В.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Экология»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Экология» является формирование знаний в области общей и прикладной экологии.

Изучение основ экологии как фундамента совершенного мировоззрения. Формирование представлений о необходимости рационального природопользования как основы взаимодействия человека с окружающей средой и фактора стабильности биосферы. Формирование природоохранного мировоззрения как важнейшего принципа производственной деятельности человека.

Задачи дисциплины: сформировать представление о сути взаимодействия человека и окружающей среды. При этом способствовать экологическому становлению личности студента, формированию природоохранного мировоззрения. Развитие у студентов способности предвидеть последствия влияния деятельности человека на окружающую среду и здоровье человека и умение управлять экосистемами, созданными человеком в соответствии с законом природы. Формировать умения находить баланс экономических и экологических интересов человека и общества.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Экология» относится к дисциплинам вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса:

Специфика науки и ее место в культуре. Методологические основы научного познания. Естествознание в системе научного знания. Предмет и цели естествознания. Физическая картина мира и ее структура. Современные космологические и космогонические концепции. Концепции геологического развития земли. Земля среди других планет Солнечной системы. Геосферы Земли. Геодинамические процессы. Концепция современной химии. Специфика химии как науки. Уровни химического знания. Биологические предпосылки и структурные уровни жизни. Возникновение жизни на Земле и ее разнообразие. Факторы и движущие силы эволюционного процесса. Теория эволюции Ч.Р. Дарвина. Антидарвинизм. Антропологические концепции естествознания. Биологическое и социальное в человеке. Человек как предмет современного естествознания. Биозтика. Единство человека и вселенной. Концепция ноосферы В.И.Вернадского.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- основные тенденции изменения и самоорганизации неживой и живой материи в рамках концепции глобального эволюционизма;
- основные закономерности функционирования экосистем и биосферы;
- причины и последствия современных глобальных экологических проблем в т.ч. загрязнения окружающей среды;
- основные принципы стратегии защиты окружающей среды от загрязнений, нормирование загрязняющих веществ в окружающей среде;
- основы природоохранного законодательства РФ;
- международные правовые акты в области охраны окружающей среды, участником которых является Россия;
- принципы рационального природопользования.

2. Уметь:

- применять полученные в этой области знания для решения профессиональных задач, связанных с определением качества товаров, соблюдением экологических норм и правил, обеспечением безопасности товаров как для человека так и для окружающей среды;
- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.

3. Владеть:

- культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию правовой информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки научной информации;
- навыками работы с научной информацией в глобальных компьютерных сетях,
- навыками ведения здорового образа жизни, участвовать в занятиях физической культуры.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.п.н., профессор
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н.**

Старикова О.Г.

Гайломазова Е.С.

Дисциплины по выбору**Аннотация учебной дисциплины ООП**

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)»**Цели и задач и изучения дисциплины**

Целью курса является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Здоровье человека, его ценность и значимость. Взаимосвязь общей культуры обучающихся и их образ жизни. Режим в трудовой и учебной деятельности. Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, влияние физических нагрузок на системы организма. Основы здорового образа жизни студентов. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

История, концепция современного естествознания, безопасность жизнедеятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию;

- ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- особенности функционирования человеческого организма и отдельных его систем под влиянием занятий физическими упражнениями и спортом в различных условиях внешней среды;
- основные принципы организации здорового образа жизни, рациональные способы и приемы сохранения психического здоровья, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления, основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;
- предмет, содержание и функции, организационные формы и средства профессионально-прикладной физической подготовки;
- социально-культурные основы и функции массового спорта высших достижений, содержание современных оздоровительных систем физических упражнений.
- **уметь:** использовать опыт систематических занятий физическими упражнениями и спортом для укрепления здоровья, активизации учебной и профессиональной деятельности;
- выполнять требования по общей физической подготовке;
- определять индивидуальный уровень своих физических качеств; объяснить индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений, раскрыть их возможности для саморазвития и самосовершенствования;
- использовать методические приемы для разработки индивидуальных программ оздоровительной и тренировочной направленности; правильно адаптировать физкультурно-спортивную деятельность к индивидуальным особенностям организма и дифференцировать использование средств физической культуры и спорта с учетом этих особенностей;
- диагностировать состояние организма и отдельных его систем и вносить необходимую коррекцию в их развитие средствами физической культуры и спорта.

владеть: жизненно-важными прикладными навыками - плавания, ходьбы, бега, передвижения по пересеченной местности;

- владеть средствами, методами и способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний;
- основными методами и способами направленного формирования физических нагрузок для развития двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости, гибкости);
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих формирование, сохранение и укрепление здоровья.

Формы контроля:

- экзамены;
- зачеты;
- рефераты.

Разработчик программы ст. преподаватель

Шенгелая С.А.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н.,доцент

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Логика»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель курса - научить студентов тому, как правильно по форме построить рассуждение, чтобы, при условии верного применения формально-логических законов, прийти к истинному выводу из истинных посылок. Соблюдение требований традиционной логики неприменимое условие последовательного, непротиворечивого, обоснованного мышления.

Задачи курса:

- ознакомление с исторической традицией логического анализа;
- демонстрация принципов логического анализа рассуждений различного вида;
- выработка аналитических умений истолкования понятий, суждений, вопросов, норм;
- формирование навыков практического анализа правовых рассуждений с помощью классических и неклассических логических методов;
- совершенствование способностей давать определения, строить доказательства, вести монологическую и диалогическую аргументацию;
- удовлетворение личных познавательных интересов и формирование рационалистического научного мировоззрения;
- понимание природы научного знания, его генезиса, развития и применения в практической деятельности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Логика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса:

Предмет и значение теоретической логики. Классическая логика высказываний. Традиционная теория силлогических рассуждений. Доказательство и опровержение. Правдоподобные рассуждения. Понятие как форма мысли

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

законы логически корректного мышления и его формы;
структуру и правила рассуждений, доказательств, иных интеллектуальных процедур;
основные формально-логические операции;

Уметь:

замечать и уметь устранять логические ошибки в устной и письменной речи, показывать правильные пути и способы опровержения этих ошибок;
дискутировать, отстаивать и выражать свои мысли, обосновывать свои аргументы на семинарских занятиях и диспутах;
показывать логические принципы в действии при решении содержательно интересных проблем, в частности, в профессиональной деятельности и в повседневном общении;
аргументировано проводить рассуждения и доказательства,
выстраивать, развивать, обосновывать гипотезы и версии;

Владеть:

основными навыками логического анализа экономических проблем

Иметь представления: о современных тенденциях развития логического мышления

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.ф.н., проф.
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Королев В.К.

Гайломазова Е.С.

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Этика делового общения»**

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель дисциплины: Изучение основных закономерностей делового общения в процессе истории и на современном этапе развития общества, удовлетворение потребностей личности в общении и потребностей организации в эффективном ведении дел.

Задачи дисциплины:

- Научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих деловые переговоры.
- Научить применять основные этические принципы и социокультурные подходы в общении с деловыми партнерами.
- Научить анализировать конфликтные ситуации и определять пути выхода из них
- Научить студентов применять полученные знания при анализе социальных явлений и в практике управленческой деятельности

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Этика делового общения» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Этика делового общения: личность, психологические типы, архетип, взаимодействие, коммуникация, конформизм, нонконформизм, референтная группа, идентификация, рефлексия, стереотипы, вербальная и невербальная коммуникации, конфликт, этические нормы общения; национально-психологические типы; универсальные этические и психологические нормы и принципы; психология и общество; психология и труд; экономическая, правовая психология; модели политической психологии: федеральный и региональный аспекты; профессиональная психология.

Деловые переговоры: их характер, определение целей, организация, методы и навыки ведения деловых переговоров; способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений.

Документационное обеспечение делового общения: документирование управленческой деятельности; документирование договорно-правовых отношений экономической деятельности; общие правила оформления документов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-4 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- психологические основы делового общения;
- этические основы делового общения;
- этнические основы делового общения;
- особенности и процедуру организации деловых переговоров;
- документационное обеспечение делового общения.

Студент должен уметь:

- интерпретировать невербальные формы поведения;
- применять психологические механизмы воздействия на партнеров по деловому общению;
- применять каноны этики делового общения в различных средствах коммуникации;
- оформлять документы в экономической деятельности.

Студент должен владеть:

- методиками анализа социальных и социально-правовых явлений;
- методами документирования договорно-правовых отношений;
- системой ценностей социального государства.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.п.н.
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н.**

Голуб Л.В.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Мировая экономика и международные экономические отношения»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цели дисциплины

Дать студентам знания о мировой экономике как целостной системе, включающей экономики всех стран мирового сообщества, с учетом концептуальных изменений экономической политики на стыке XX и XXI вв., тенденций развития мировой экономики на базе макроэкономических показателей на следующих уровнях:

- а) развитые страны;
- б) развивающиеся страны;
- в) постсоциалистические страны.

Формирование целостной системы знаний по важнейшим проблемам и тенденциям развития современного мирового хозяйства и международных экономических отношений.

Задачи дисциплины: помочь студентам понять теоретические основы, принципы функционирования и развития современной мировой экономики, выявления объективных предпосылок и причин международного разделения труда, формирования единой мировой экономической системы;

ознакомление с ключевыми понятиями и терминами, характеризующими современное состояние и тенденции развития мировой экономики;

анализ экономических, социальных, научно-технических процессов, происходящих как на уровне национальных экономик, региональных экономических группировок, международных отраслевых союзов, транснациональных корпораций, всемирных экономических организаций, так и в мировой экономике в целом.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Мировая экономика и международные экономические отношения является одной из дисциплин по выбору студентов, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг.

Студенты проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Мировая экономика, как система экономических отношений Международные экономические отношения. Международные экономические отношения в мировой экономике. Международное разделение труда и миграция рабочей силы. Международная экономическая интеграция. Международная торговля в системе международных отношений. Международные экономические и торговые организации. Международные корпорации и их роль в мировой экономике. Мировой рынок капиталов и зарубежное инвестирование. Свободные экономические зоны мирового хозяйства. Международное научно-техническое и производственное сотрудничество в мировой экономике. Международные валютно- расчетные отношения. Международный валютный фонд (МВФ). Всемирный банк и его роль в международных экономических отношений. Глобальные проблемы современности и мировое хозяйство. Мировоззренческие связи Российской Федерации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-6 - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОПК-3 - умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ПК-9 - готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать

-Содержание современных социально-экономических процессов в мировой экономике, предпосылки, условия их формирования, основные возможные направления и последствия развития;

-Условия и содержание деятельности главных субъектов мировой экономики: государств, региональных и общемировых экономических организаций, ТНК;

-Содержание понятий и терминов, характеризующих современное состояние и тенденции развития мировой экономики.

Студент должен уметь

- Выявлять причинно-следственные связи социально-экономических процессов, происходящих в мировой экономике;

-Оценивать социально-экономический и природно-ресурсный потенциал отдельных структурных элементов и мировой экономики в целом;

-Анализировать изменение показателей, характеризующих состояние компонентов мировой экономики.

- Владеть терминологией, характеризующей процессы и явления мировой экономики;

- Владеть основными навыками чтения и методами анализа картографического и статистического материала.

Студент должен иметь представление

О структурах и тенденциях развития российской и мировой экономики, понимать многообразие процессов, происходящих сегодня в мире, и анализировать их в связи с другими общественными процессами; иметь представление о приоритетных направлениях развития национальной экономики в условиях глобализирующегося мира. О современных проблемах России в системе мирового хозяйства, экономическом потенциале и состоянии структуры экономики России, причинах кризиса, проблемах привлечения инвестиций, новых тенденций развития; социально-экономических преобразованиях в условиях реформ; интеграции России в мировую экономическую систему и др.

Формы контроля:

-экзамен;

-зачеты;

- контрольные работы;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

**Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой
«Бухгалтерского учета и экономики» д.э.н., профессор**

Иванченко М.А.

Денисова И.П.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «История религии»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью дисциплины «История религии» является изучение ценности религии как феномена культуры, а также ее места и роли в исторической ретроспективе.

Задачи курса:

- дать представление об основных религиозных системах в прошлом и настоящем; дать представление об основных этапах развития религии в целом и основных мировых религий, как ее составной части, в частности;
- познакомить с проблемами становления религии как сложного синтетического явления и многообразии религиозного опыта;
- познакомить студентов с важнейшими священными текстами в исторической ретроспективе;
- научить студентов оперировать основными понятиями и категориями религиоведения при анализе религиозных систем и практик различных культур и цивилизаций;
- показать возможность применения на практике теоретического знания при анализе конкретных явлений;
- научить самостоятельному анализу религиозных систем и практик.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «История религии» является одной из дисциплин по выбору студентов, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг. Студенты проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса:

Предмет религиоведения. Религиоведение как наука и как учебный предмет. Сущность религии. Происхождение религии. Этнические религии. Национально государственные религии. Зарождение монотеистических религий. Иудаизм как национальная религия еврейского народа. Мировые религии. Буддизм. Христианство. Католицизм. Православие. Русская православная церковь. Протестантизм. Протестантское сектантство. Ислам. Современные нетрадиционные культы. Современные нетрадиционные культы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- ОК-4 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия дисциплины «История религии»;
- сущность религии;
- типы религий;
- специфику этнических, национальных и мировых религий;
- особенности современных религиозных движений

Уметь:

применять методологию религиозно-философского, религиозно-исторического исследования; рационально - критически осмысливать особенности духовно-религиозной сферы жизни общества, самостоятельно делать научно обоснованные выводы; применять полученные знания в практике преподавания, формировать у учащихся высокий уровень нравственной, религиозной культуры, навыки активной гражданской позиции.

Владеть:

знаниями о происхождении человеческого мировоззрения и его эволюции; понятийным аппаратом по курсу «История религии»; миропониманием, сопряженным с концепциями основных религиозных конфессий.

Формы контроля:

- экзамен;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.и.н., проф.
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Поташев А.Ф.

Гайломазова Е.С.

**Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Культурология»**

Цели и задач и изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Культурология» являются знакомство студентов с феноменом культуры, понимание студентами культуры как образа жизни, важнейшей гранью которой являются нормы социального поведения человека. Для этого необходимы формирование у студентов теоретического способа восприятия модусов культуры, ознакомление их с основными понятиями культурологии, развитие философско-культурологического мышления, позволяющего понять процессы, происходящие в развитии культуры, их историческую логику, значение в профессиональной деятельности будущих юристов, экономистов, таможенников.

Задачи дисциплины:

- уяснение студентами особенностей возникновения культуры;
- выработка у студентов представлений о процессах, происходящих в мировой и отечественной культуре;
- развитие у студентов умений с гуманистических позиций судить о людях, ставших по собственной воле или воле случая объектом или субъектом культурно-исторической деятельности;
- рассмотрение исторических форм и типов культуры, их особенностей применительно к отдельным культурным регионам;
- изучение основных культурных памятников, повлиявших на становление современной культуры.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Культурология» является одной из дисциплин по выбору студентов, входящих в рабочий учебный план по направлению Торговое дело профиль Маркетинг.

Студенты проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса:

Возникновение культурологии; культурология как научная и учебная дисциплина; историческое развитие представлений о культуре; культурологические школы и теории; основные понятия современной культурологии; сущность культуры; морфология культуры; функции культуры; статика и динамика культуры; типология культуры; культура России и ее роль в мировой культуре; культура Древнего мира, культура Востока; европейская культура: античность, эпоха Возрождения и Реформации, Просвещение; культура XX века; актуальные проблемы

современной культуры, глобализация и культура; межкультурные коммуникации; социокультурный кризис; культура личности, социальных групп и движений, модернизация и культура.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студенты, прослушавшие курс культурологии, должны:

Знать: основные понятия культурологии, структуру и состав культурологического знания, главные достижения в различных сферах культуры; концепции, подходы, методы изучения культурно-исторических процессов;

Уметь: применять полученные знания в межкультурных коммуникациях в будущей профессиональной работе, в решении правовых, экономических, таможенных вопросов, самостоятельно анализировать актуальные проблемы культуры в современных условиях.

Владеть: представлениями о сущности и формах культуры, ее возникновении и развитии, функциях, типах и особенностях, актуальных проблемах; понятийным аппаратом дисциплины; навыками публичного изложения и обсуждения изучаемых проблем.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы д.ф.н., проф.
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Королев В.К.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» дисциплина «Психология бизнеса»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Психология бизнеса» - ознакомление студентов с основами новой прикладной науки как одной из областей психологического знания.

В процессе реализации настоящей программы планируется решить следующие **задачи**:

- познакомить студентов с теоретическими основами дисциплины «Психология бизнеса»;
- дать представление о понимании личности в психологии бизнеса;
- систематизировать знания студентов о психологии малых групп в бизнесе;
- помочь студентам овладеть основами психологии управления человеческими ресурсами;
- познакомить студентов с психологическими особенностями бизнес-процессов;
- способствовать формированию у студентов целостного представления о психологии бизнес-организации как системы;
- сформировать у студентов направленность на практическое решение психологических проблем, связанных со сферой бизнеса.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Психология бизнеса» является одной из дисциплин по выбору студентов, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса:

Поведение человека как проявление отношения к чему-либо или к кому-либо. Внутреннее (системы взглядов, убеждений и т.д.) и внешнее (мимика, жесты, поза, походка, осанка, речь) поведение. Поведение в процессе взаимодействия специалиста по сервису и туризму с потребителем услуг. Теория влияния внешнего облика и речевого поведения работника социально-культурного сервиса и туризма на личность потребителя. Содержание и разновидности внешнего облика человека: мобилизация, как состояние готовности к предстоящим действиям; эмоциональное состояние; мимика, жесты, выражение глаз. Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения. Социально-психологический тренинг делового общения и взаимодействия. Тренинги: по диагностике поведения, по практическому оказанию влияния на человека своим поведением.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию;

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- о месте психологии бизнеса в системе форм и методов психологического знания;
- об основных принципах и функциях психологического консультирования в бизнесе;
- о морально-этических принципах и нормах психологического консультирования в бизнесе;
- об основных принципах организации консультативного процесса;
- об основных теоретико-методологических подходах исследования организации;
- об основных параметрах организации как системы;
- о методологических принципах исследования организации;
- о специфике работы с различными категориями клиентов.

Уметь:

- оперировать основными терминами, касающимися темы психологии бизнеса;
- принимать решения, касающиеся соблюдения морально-этических норм в процессе консультирования;
- использовать принципы и приёмы различных теоретико-методологических подходов исследования организации;
- определить специфику работы с разными типами запросов бизнес-консультирования;

Владеть навыками:

- аргументации и обоснования своей позиции по проблемам психологического консультирования в бизнесе;
- определения профессиональной деформации менеджеров и способов их профилактики;
- диагностики бизнес-организации, бизнес-среды;
- установления и поддержания консультативного контакта с бизнес-клиентом;
- применения общих и специальных техник психологического консультирования в бизнесе.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы к.п.н., доцент

Голуб Л.В.

Зав. кафедрой «Гуманитарных и социально – экономических дисциплин» д.ф.н., доц.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»

дисциплина «Математические методы и модели в маркетинге»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса «Математические методы и модели в маркетинге» - дать студентам необходимые теоретические знания привить практические навыки построения математических моделей в маркетинге, а также изучение специфики применения математических методов в различных аспектах деятельности специалистов по маркетингу.

Задачи дисциплины:

- предоставление базовой информации о сферах применения математических методов и моделей в маркетинге;
- ознакомление студентов с особенностями применения математических моделей в различных задачах маркетинга;
- формирование у студентов отношения к моделированию экономических процессов как к основному инструменту решения комплексных задач, возникающих в профессиональной деятельности маркетологов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Математические методы и модели в маркетинге» представляет собой дисциплину по выбору и относится к вариативной части. Дисциплина базируется на курсах профессионального цикла – Математика, Информатика и Основы маркетинга.

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Количественные методы. Экстраполяция временного ряда. Экономико-математическое моделирование. Прогноз на основе индикаторов. Корреляционный и регрессионный анализ.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ОПК-2).

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- основные понятия, терминологию, употребляемую в моделировании экономических процессов;
- цели, задачи и принципы моделирования маркетинговой деятельности и применения математических методов для ее анализа;
- возможности применения новых информационных технологий в построении математических моделей в маркетинге.

2. Уметь:

- использовать ПК и программные средства расчетов для обработки маркетинговой информации;
- применять на практике основные методы математического моделирования при решении маркетинговых задач, использовать математические методы для анализа рыночных событий и их моделей;
- строить типовые модели расчета для целей стратегического планирования маркетинговой деятельности.

3. Владеть:

- технологиями и способами применения методов математического моделирования и математических методов анализа экономических процессов;
- навыками работы с программным обеспечением персонального компьютера.

4. Иметь представление:

- об истории развития моделирования экономических процессов и применении математического инструментария для решения маркетинговых задач.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение задач;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы, к.э.н., ст. преп.
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Тимченко Е.Ю.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Конфликтология»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса:

- вооружить студентов системой научных знаний в области теории конфликтологии;
- сформировать у обучаемых профессиональные качества организатора и руководителя служебного коллектива органов внутренних дел;
- воспитать высокую культуру общения и деятельности.

Задачи дисциплины

В задачу курса «Конфликтология» входит научить студентов анализировать современные конфликты, понимать их природу. Критически оценивать различные теоретические школы, занимающиеся анализом и урегулированием конфликтов. Уметь применять теоретические знания к анализу конкретных конфликтов. Уметь оценивать целесообразность и эффективность использования различных переговорных и посреднических процедур.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Конфликтология» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Конфликты в ранних социально-политических и правовых концепциях. Предмет конфликтологии. Общие подходы и понятия конфликтологии.

Методы конфликтологии. Социальная напряженность как конфликтогенный фактор. Структура и динамика социальных конфликтов. Конфликтологическая экспертиза: понятие и виды. Концептуальный анализ социальных конфликтов. Стратегия государственного развития и формы преодоления конфликтогенности общественных отношений: тоталитаризм, либерализм и социальная интеграция. Функции социальных конфликтов. Институционализация конфликта.

Определения политического конфликта. Субъекты и объекты политических конфликтов. Идеи К.Шмитта о природе политического и теория конфликтогенности мира политики.

Динамика (возникновение, изменение и завершение) юридического конфликта. Сферы и механизмы юридического конфликта. Типология юридических конфликтов. Структура юридического конфликта. Способы разрешения юридических конфликтов.

Природа и типология межэтнических конфликтов. Причины межэтнических конфликтов. Современные концепции этноконфликтологии. Социетальные и социально-психологические концепции Р. Ле Вайн и Д. Кэмпбелл. Структурные и психокультурные концепции М. Росс и Дж. Ротман,

Совместная деятельность - функциональная основа межличностных конфликтов в служебном коллективе. Столкновение личностей в результате несовместимости их потребностей, мотивов, целей, установок, взглядов, поведения в процессе и результате общения.

Конфликты в служебном коллективе по вертикали и горизонтали. Организационные конфликты. Сущность и причины.

Диагностика конфликта: сущность и содержание. Критерии сложности конфликтной ситуации (количество переменных, их описание и оценка).

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-4: Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- природу конфликтов, их структуру, типологию и функции;
- типичные причины конфликтов;
- динамику развития конфликта, механизм перехода от конфликтных ситуаций к конфликтному взаимодействию;
- принцип управляемости конфликтов, регуляторы конфликтного взаимодействия, основные методы управления конфликтами.

Студент должен уметь:

- распознавать и анализировать конфликтные ситуации, возникающие в ходе служебной деятельности;
- находить взаимосвязь внутриличностных и межличностных конфликтов с противоправным поведением для анализа субъективной стороны состава преступления;
- использовать конфликтное взаимодействие для предотвращения правонарушений, при проведении оперативных и следственных действий;
- выявлять потенциальных носителей конфликта, осуществлять профилактику конфликта в служебном коллективе,
- использовать знания о конфликтах для обеспечения собственной психологической устойчивости.

Студент должен владеть:

- навыками коммуникативного взаимодействия, обеспечивающего выявление конфликтных ситуаций, профилактику и управление конфликтами; ведения переговоров в условиях конфликта; психологической саморегуляции.

Студент должен приобрести практические умения и навыки:

- коммуникативного взаимодействия, обеспечивающего выявление конфликтных ситуаций, профилактику и управление конфликтами;
- ведения переговоров в условиях конфликта;
- психологической саморегуляции.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчики программы:

д.ю.н., профессор

**Зав. кафедрой «Теории государства и права
и политологии» к.ю.н., доцент**

Працко Г.С.

Шепелев В.И.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Товарная информация»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины - овладение теоретическими знаниями и приобретение умений их применять в области информационного обеспечения товародвижения.

Задачи дисциплины:

- изучить виды, формы, функции и средства товарной информации, а также требования, предъявляемые к ней;
- уметь распознавать информационные документы;
- анализировать информацию в товарно-сопроводительных документах и на маркировке.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Товарная информация» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Состояние вопроса в России и за рубежом. Товарная информация: основные понятия. Виды товарной информации. Формы информации. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм. Функции товарной информации. Правовая и нормативная база информационного обеспечения. Основные требования к товарной информации. Классификация средств товарной информации. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения. Маркировка: понятие, назначение, функции, виды. Информационные знаки: понятие, назначение, классификация. Штриховое кодирование: понятие, назначение.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-3: Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической и проверять правильность ее оформления;

ПК-4: Способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- требования к оформлению технической документации, необходимой для маркетинговой деятельности;

- нормативные документы, устанавливающие требования к товарной информации, упаковке, маркировке, условиям хранения, транспортирования и реализации товаров.

Студент должен уметь:

- оформлять документацию при осуществлении маркетинговой или рекламной деятельности;
- оценивать качество упаковки и маркировки товаров, соответствие товарной информации требованиям нормативной документации, контролировать условия транспортирования и реализации товаров.

Студент должен владеть:

- знаниями правильности оформления технической документацией маркетинговой деятельности, умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации ;
- методами и средствами оценки соответствия товарной информации требованиям нормативной документации, правилами приёмки товаров по количеству, качеству и комплектности.

Формы контроля:

-зачеты;
-решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Барауля Е.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Эконометрика»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: усвоение студентами эконометрических методов и выработка навыков их применения в анализе социально-экономических явлений и процессов.

Задачи дисциплины:

Студенты при изучении данной дисциплины должны уметь использовать методы эконометрики для прикладных целей. В частности, студенты должны уметь строить линейные модели множественной регрессии, проверять свойства оценок МНК; анализировать показатели качества регрессии; работать с линейными регрессионными моделями с гетероскедастичностью и автокорреляцией; использовать обобщенный метод наименьших квадратов (омнк); строить регрессионные модели с переменной структурой (фиктивные переменные); строить нелинейные модели регрессии; использовать модели стационарных и нестационарных временных рядов, идентифицировать их; строить системы линейных одновременных уравнений; владеть косвенным, двухшаговым и трехшаговым методом наименьших квадратов.

Студенты после изучения дисциплины должны знать методы моделирования экономических процессов и систем на макро и микро уровнях, уметь и иметь опыт интерпретации и проверки построенных эконометрических моделей, использовать современные пакеты программ статистического анализа и иметь опыт использования статистических сборников и сети Internet для сбора экономической информации.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Эконометрика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части математического и естественнонаучного цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Линейная модель множественной регрессии; метод наименьших квадратов (мнк); свойства оценок мнк; показатели качества регрессии; линейные регрессионные модели с гетероскедастичными и автокоррелированными остатками; обобщенный метод наименьших квадратов (омнк); регрессионные модели с переменной структурой (фиктивные переменные); нелинейные модели регрессии и их линеаризация; характеристики временных рядов; модели стационарных и нестационарных временных рядов, их идентификация;

система линейных одновременных уравнений; косвенный, двухшаговый и трехшаговый метод наименьших квадратов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-2: «Обладать способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач»;

ОПК-3: «Обладать способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы»;

профессиональной компетенции:

ПК-4: «Обладать способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

особенности построения регрессионных моделей с одним уравнением, моделей временных рядов, систем одновременных уравнений, подходы к моделированию различных типов данных: временных рядов и пространственных данных.

Студент должен уметь

определять конечные цели моделирования и набор участвующих в модели факторов, выбирать общий вид модели (состав и форму входящих в нее связей), собирать необходимую статистическую информацию, проводить статистический анализ модели (статистическое оценивание неизвестных параметров модели), сопоставлять реальные и модельные данные, проверяя адекватность модели и точность модельных данных.

Студент должен владеть

методами построения эконометрических моделей, проверки их значимости и адекватности, интерпретации полученных результатов.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Бухгалтерского учета
и экономики» д.э.н., профессор**

Кокина Е.П.

Денисова И.П..

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Связи с общественностью (публик рилейшнз)»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса состоит в формировании умений и навыков творчески и самостоятельно принимать решения в сфере организации связей с общественностью. Современная информационно-коммуникативная действительность требует новых подходов к её изучению и соответственно новых методов и критериев оценки связей с общественностью.

Задачи дисциплины.

- сформировать у студентов логическое мышление, понимание законов и принципов, по которым осуществляются связи с общественностью систему, умения осуществлять научно-обоснованную постановку организации связей с общественностью;
- ознакомить студентов с совокупностью технологий связей с общественностью, особенностью их применения;

- научить применять полученные знания в решении комплекса задач по организации связей с общественностью и достижению их эффективности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы).

Дисциплина «Связи с общественностью (публик рилейшнз)» представляет собой дисциплину по выбору, входящую в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг2».

Студенты проходящие обучение по по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Паблик-риллейшнз: понятие, история, структура. Службы связей с общественностью. Управление процессом связей с общественностью. Сетевые ресурсы ПР-коммуникаций. Системные отношения средств коммуникации в обществе. Маркетинговые коммуникации. Технология связей с общественностью. Корпоративный ПР. Антикризисное управление. Эффективность ПР.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-3 «обладать готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка»;

ПК-13 «обладать готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие управление системой связей с общественностью.
- технологии связей с общественностью, условия их применения;

Студент должен уметь:

- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать информацию, готовить обзоры по вопросам изучаемой дисциплины;
- использовать информационные технологии для решения экономических задач при изучении дисциплины;
- формировать ПР-кампании организации;
- составлять имидж организации;
- составлять заявления для прессы по отдельным социально-правовым проблемам.
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать информацию, готовить обзоры по вопросам изучаемой дисциплины;
- использовать информационные технологии для решения экономических задач при изучении дисциплины;

Студент должен иметь представление:

- о приоритетных направлениях планирования и реализации связей с общественностью;
- о тенденциях развития связей с общественностью в российской экономике и за рубежом;
- о принципах выбора и осуществления ПР технологий, их особенностей;

Формы контроля:

- экзамен;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы ст. преподаватель
Зав. кафедрой маркетинга**

**Чижик Е.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Брендинг»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: освоение студентами теоретических и практических основ брендинга. Курс ориентирован на овладение навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории и брендинга как процесса создания и управления брендом.

К основным **задачам** изложения и изучения дисциплины «Брендинг» относятся:

- усвоение базисных знаний о сущности брендинга, его структуре и значении;
- рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей брендинга;
- изучение теории и практики товарного и корпоративного брендинга;
- анализ индивидуальности бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
- планирование и модели разработки идентичности бренда;
- рассмотрение вопросов лояльности бренду;
- изучение развития брендов в пространстве и времени.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Брендинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Брендинг как феномен маркетинговой коммуникации. Товарный и корпоративный брендинг. Стратегические подходы к построению бренда. Структура и основные понятия брендинга. Цели и функции брендинга. Атрибуты бренда. Идентичность бренда и его восприятие. Модели разработки бренда. Программа формирования лояльности бренду. Основные модели бренда. Управление брендом.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- 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;
- ПК-11: способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);
- ПК-13: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать: теоретические и практические основы брендинга

Студент должен уметь: рассматривать брендинг как процесса создания и управления брендом

Студент должен владеть: навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории

Формы контроля:

- зачеты
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы ст. преподаватель

Зав. кафедрой «Маркетинга»

к.э.н., доцент

Чижик Е.В.

Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Интернет маркетинг»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: овладение студентами системой теоретических знаний и практических навыков по информационному обеспечению маркетинга, обучение студентов методикам использования инструментов интернет маркетинга для построения системы маркетинга предприятия.

Задачи курса:

- раскрытие сущности интернет маркетинга и особенностей применения его инструментов;
- формирование навыков предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации;
- обучение приемам и методам формирования и использования информационных ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Интернет маркетинг» относится к дисциплинам по выбору, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Факторы эффективной предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации. Анализ функционирования современного российского рынка в бизнес-информации. Маркетинговые стратегии поведения в экономике рыночного типа с несовершенной информационной инфраструктурой. Эффективность электронной коммерции. Подключение к интернет. Электронная почта. Расчеты через интернет. Реклама в интернет. Заключение договоров посредством интернет. Электронная торговля. Авторское право в интернет. Обеспечение доказательств в интернете. Недостатки интернет. Безопасность электронной коммерции.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОПК-4: Способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической; способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как средством управления информацией;
- ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;
- ПК-12: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и(или) логистические процессы) с использованием информационных технологий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- сущность, цели и задачи Интернет маркетинга, его инструменты;
- основные аспекты предпринимательской деятельности на рынке бизнес-информации.

Студент должен уметь:

- организовать производство товаров (услуг) через Интернет;
- применять знания в качестве важнейшего компонента в производстве товаров и услуг.

Студент должен уметь:

- организовать производство товаров (услуг) через Интернет;
- применять знания в области интернет маркетинга в качестве важнейшего компонента в производстве товаров и услуг.

Студент должен владеть:

- знаниями о новых интернет-технологиях совершенствования коммерческих операций; проблемах социальной сферы, связанных с реализацией интернет-технологий; о сертификации и лицензировании в области электронной коммерции, о защите интеллектуальной собственности.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;

- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы: д.э.н., профессор
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Евстратов В.И.
Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «**Инновационный маркетинг**»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: приобретение студентами необходимых теоретических знаний и привитие практических навыков для принятия участия в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности.

Задачи курса:

- ознакомление с базовыми понятиями и основополагающими принципами маркетинга в инновационной сфере;
- формирование прикладных знаний в области использования форм и методов инновационного маркетингового управления организацией;
- формирование навыков реализации теоретических и практических знаний в области маркетинга в инновационной деятельности на предприятии;

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Инновационный маркетинг» относится к дисциплинам по выбору профессионального цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Назначение и виды маркетинговой информации об инновациях. Маркетинговое исследование по новому продукту. Товар в системе инновационного маркетинга. Характеристика инновации как товара. Классификация инноваций. Процесс создания нового продукта. Система товародвижения в маркетинге инноваций. Маркетинговые коммуникации и продвижение инноваций. Инновационный маркетинг как метод управления конкурентоспособностью фирмы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое снабжение предприятий, закупку и продажу товаров;

- ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

- ПК-12: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- принципы и особенности маркетинга новых продуктов и технологий;
- методы тактического инновационного маркетинга, ценообразования, продуктовой политики, интернет-маркетинга.

Студент должен уметь:

- выполнять мероприятий по продвижению нового продукта на рынок;
- выполнять маркетинговые исследования, сбор информации о конкурентах на рынке новой продукции, анализ конкурентной среды;
- разрабатывать маркетинговые стратегии по выведению новых продуктов на рынок.

Студент должен владеть:

- методами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий;

- способами ведения инновационного маркетинга;
- приемами разработки, реализации и оценки инновационных маркетинговых мероприятий;
- методами и средствами получения, хранения, переработки маркетинговой информации об инновациях.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчики программы: д.э.н., профессор
к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент

Евстратов В.И.
Левчук В.В.
Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Поведение потребителей»

Цели и задач и изучения дисциплины

Изучение основных закономерностей поведение потребителей в процессе истории и на современном этапе развития общества, удовлетворения естественных, материальных, духовных и социальных потребностей личности и групп.

Задачи дисциплины:

- Научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс потребления.
- Научить использовать внешние и внутренние факторы потребления для эффективных продаж.
- Научить анализировать социокультурные особенности потребления отдельных общностей.
- Научить студентов применять полученные знания при анализе процесса потребления в профессиональной деятельности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные и др. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Семья и домохозяйство.

Внутренние факторы поведение потребителей. Восприятие, обучение, память. Мотивация. Психографика. Персональные ценности. Жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение. Ситуационные факторы.

Модели поведения потребителей.

Процесс принятия решения о покупке. Осознание необходимости покупки. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Реакция на покупку.

Организационное покупательское поведение. Консюмеризм

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих

компетенций:

- ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- ПК-10: способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- психологические основы поведения потребителей;
- этические основы потребления;
- этнические основы поведения потребителей;
- особенности и процедуру организации потребления;

Уметь:

- интерпретировать невербальные формы поведения;
- применять психологические механизмы воздействия на потребителей;
- применять закономерности поведения потребителей в маркетинговых коммуникациях;

Владеть:

- методиками анализа поведения потребителей;
- системой ценностей социального государства.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы

к.э.н., доцент

Зав. кафедрой «Маркетинга»

к.э.н., доцент

Левчук В.В.

Крамаренко Р.Р.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Деловое общение»

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью преподавания курса «Деловое общение» является:

- вооружить студентов этикетными нормами и правилами поведения в процессе профессиональной деятельности;
- ознакомить студентов с историей и национально-культурными особенностями этикета;
- сформировать умения правильно толковать понятия и термины этикета, анализировать и правильно применять основные правила общепринятого кодекса поведения.

Задачи изучения дисциплины:

- получение студентами знаний в области деловых, профессиональных и нравственных норм этикета;
- уяснение студентами особенностей этикетного поведения современного служащего;
- развитие у студентов способности быстро и правильно ориентироваться в различных ситуациях межличностного общения.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Этика делового общения: личность, психологические типы, архетип, взаимодействие, коммуникация, конформизм, неконформизм, референтная группа, идентификация, рефлексия, стереотипы, вербальная и невербальная коммуникации, конфликт, этические нормы общения; национально-психологические типы; универсальные этические и психологические нормы и принципы; психология и общество; психология и труд; экономическая, правовая психология; модели политической психологии: федеральный и региональный аспекты; профессиональная психология. Деловые переговоры: их характер, определение целей, организация, методы и навыки ведения деловых переговоров; способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений. Документационное обеспечение делового общения: документирование управленческой деятельности; документирование договорно-правовых отношений экономической деятельности; общие правила оформления документов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-4: Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Итогом изучения данной учебной дисциплины должно стать овладение студентами комплексом знаний в области профессионального и общепринятого этикета, знание правил поведения в профессиональной обстановке и нравственных норм этикета в повседневной жизни.

Студент должен уметь: давать правильную характеристику основным принципам делового общения и этикета и иным принципам этикетного поведения, основным моральным требованиям современного руководителя и служащего, правильно толковать понятия и термины этикета, быстро анализировать и правильно применять основные правила общепринятого кодекса поведения при повседневном и деловом общении.

Студент должен владеть навыками организации и проведения деловых встреч, бесед, переговоров, совещаний, заседаний, собраний.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доц.**

Левчук В.В.

Гайломазова Е.С.

Аннотация учебной дисциплины ООП

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Социальный маркетинг»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: Формирование у студентов теоретико-методологических основ знаний и навыков применения технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, социального партнерства.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение студентами современных маркетинговых концепций и технологий;
- ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах;
- освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере;
- формирование практических навыков социальной компетентности в принятии решений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Социальный маркетинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Сущность концепций маркетинга, соотношение интересов общества и потребителей. Особенности социального маркетинга, его основные отличия от коммерческого маркетинга. Задачи социального маркетинга. Основные виды социального

маркетинга. Социальная сфера: субъекты, проблемы и отношения, уровень общественного сознания. Потребности, нужды, польза, мотивация. Внешняя и внутренняя среда социального маркетинга. Особенности маркетингового управления некоммерческими субъектами. Социальная ответственность бизнеса: виды социальной ответственности. Принципы социальной ответственности. Роль международных организаций и институтов в регулировании норм социальной ответственности бизнеса. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований социальной сферы. Разработка комплекса социального маркетинга. Коммуникации в социальном маркетинге.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОК-4: Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ОК-10: готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма;
- ОПК-3: Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные понятия социального маркетинга, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- факторы маркетинговой среды и их классификацию;
- состав и содержание комплекса социального маркетинга;
- методы, алгоритмы и инструменты маркетинга социальной сферы;
- стратегию социальной ответственности и технологии социального партнерства.

Студент должен уметь:

- применять на практике методы исследования социальной сферы;
- использовать полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих организаций;
- формировать коммуникативную политику организаций социальной сферы;
- анализировать внутреннюю и внешнюю среду данных организаций;
- реализовывать стратегию социальной ответственности организации

Студент должен владеть:

- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач;
- методикой проведения маркетингового исследования и формирования комплекса маркетинга в социальной сфере;
- навыками самостоятельной разработки маркетингового плана;
- перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями в современных условиях.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;

- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Левчук В.В.
Крамаренко Р.Р.**

профиль «Маркетинг»
дисциплина «История экономики»

Цели и задач и изучения дисциплины

История экономики – это наука, изучающая хозяйственную деятельность человечества от самых первых стадий его развития до современности.

Целью данного курса является изучение и усвоение студентами основных закономерностей развития производительных сил и производственных отношений, организационных форм экономики различных стран в определённых хронологических рамках.

Задачи дисциплины:

- исследование и оценка положительного и негативного хозяйственного опыта разных стран;
- анализ таких историко-экономических явлений, как экономический прогресс, регресс и стагнация;
- выделение общих и особенных черт, присущих экономике отдельных стран мира;
- выявление многовариантности экономического развития.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Генезис, эволюция и динамика мирового хозяйства. Хозяйственные формы и отраслевая структура экономики древнего мира. Экономическое развитие в эпоху феодализма. История первоначального накопления капитала в зарубежных странах и России. Экономическое развитие ведущих стран Европы XIX. Экономическое развитие стран Европы и США в XX веке. Особенности социально – экономического развития России.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины, в соответствии с ФГОС ВО, направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-1: способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- ОК-2: способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы развития экономических концепций современного общества;
- сущность экономической политики различных государств;
- правовые механизмы регулирования экономической системы.

уметь:

- применять методологические подходы к обоснованию экономической политики;
- прогнозировать возможные варианты осуществления социально-экономической политики.

владеть:

- методологией и методами научного исследования;
- знаниями о современных тенденциях развития дисциплины.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент

Левчук В.В.

Гайломазова Е.С.

профиль «Маркетинг»
дисциплина «Бизнес-планирование»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: Формирование у студентов целостной системы знаний о планировании бизнеса, о его важнейших механизмах и методах, в достаточно чётком и компактном рассмотрении всех важнейших теоретических и практических аспектов внутрифирменного планирования, современной их интерпретации.

Задачи курса:

- обучение студентов самостоятельному анализу рынков товаров и услуг, экономических ресурсов;
- формирование способности оценки возможностей реализации предпринимательского проекта, анализу риска, целесообразности внедрения бизнес-идеи в производство.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Бизнес-планирование» относится к дисциплинам по выбору, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Необходимость планирования бизнеса. Принципы планирования бизнеса. Система и разновидности планов компании. Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом. Бизнес-идея как основа делового проекта. Понятие бизнес-проекта. Классификация его разновидностей. Цели, задачи и структура бизнес-проекта. Признаки бизнес-проекта. Участники бизнес проекта. Жизненный цикл бизнес-проекта и его влияние на деловую активность компании. Разработка стратегии бизнес-проекта. Бизнес-план - основная составляющая делового проекта. Разработка бизнес-плана. Маркетинговый этап составления бизнес-плана. Инвестиционно-организационный этап составления бизнес-плана. Финансовый этап составления бизнес-плана. Компьютерные программные продукты, используемые в бизнес - планировании. Типичные ошибки в бизнес-планировании.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической и проверять правильность ее оформления (ОПК-5);
- 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 (ПК-3);
- способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10);
- способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14)

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- цели, задачи, функции и принципы бизнес-планирования;
- структуру и последовательность разработки бизнес-плана;
- методологию бизнес-планирования.

Студент должен уметь:

- анализировать рынок сбыта (благ), рынки экономических ресурсов;
- оценивать конкурентоспособность продукции;
- разрабатывать стратегию маркетинга;
- оценивать финансовые возможности по реализации предпринимательского проекта;
- разрабатывать финансовую стратегию;
- анализировать предпринимательские риски.

Студент должен владеть:

- навыками бизнес-планирования в области управления финансами и инвестиционными проектами
- знаниями о базовых системных программных продуктах и пакетах прикладных программ по бизнес-планированию.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н., доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Левчук В.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Инновации в торговле»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у будущих специалистов комплекса знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.

Задачи курса:

- изучение исторических аспектов развития инноваций в торговле;
- формирование современного представления о торговой деятельности;
- приобретение новых и углубление имеющихся знаний в области инновационных технологий оптовой и розничной торговли;
- формирование и закрепление навыков оценки эффективности инновационных мероприятий в торговой деятельности;
- получение информации об особенностях организации и функционирования инноваций в отечественной торговле.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Инновации в торговле» является дисциплиной по выбору вариативной части. Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг должны освоить следующие темы курса: Общественный сектор экономики Распределение, эффективность и общественное благосостояние Общественные блага Общественный выбор Экономическая теория налогообложения: избыточное налоговое бремя и его распределение Оптимальное налогообложение Общественные расходы и перераспределение Финансирование и производство в общественном секторе Оценка общественных расходов: анализ «затраты-выгоды» Бюджетный федерализм

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);
- готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12).

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать:

практику становления ведущих мировых ритейлеров;
применение инновационных технологий в российском ритейле;
направления развития торговых технологий в обозримом будущем;
технологические возможности оптимизации материальных, финансовых и человеческих ресурсососновные;
понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров;
классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров и факторы, их обеспечивающие;
основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров;
классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров и факторы, их обеспечивающие;
методы оценки эффективности кредитных операций.

уметь:

определять целесообразность и эффективность применения на практике в ритейле той или иной инновационной технологии;
разрабатывать бизнес план внедрения новых технологий в области ритейла;
сформировать систему критериев для оценки эффективности внедрения новой технологии в практику розничной торговой организации;
формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы.

владеть:

навыками оценки вариантов управленческих решений в целях повышения эффективности деятельности торговой ассоциации;
навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;
навыками оценки вариантов управленческих решений в целях повышения эффективности деятельности торговой ассоциации;
навыками применения инновационных технологии торговли, логистики, управления, материально – технического обслуживания.

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы к.э.н.,доцент
Зав. кафедрой «Маркетинга» к.э.н., доцент**

**Шпилевская Е.В.
Крамаренко Р.Р.**

Аннотация учебной дисциплины ООП
направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Маркетинг»
дисциплина «Управление персоналом»

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - сформировать представление об управлении персоналом;

- роли и месте элементов системы управления персоналом;
- основных направлениях совершенствования системы управления персоналом на современном этапе.

Задачи:

- изучить содержание этапов развития теории и практики управления персоналом;

- изучить основные принципы функционирования системы управления персоналом, а также цели и задачи системы управления персоналом;
- овладеть методами прогнозирования структуры кадров и определения квалификации сотрудников;
- изучить основные принципы отбора сотрудников;
- получить знания о планировании деловой карьеры персонала и методах работы с кадровым резервом, а также организации должностного продвижения;
- изучить возможности разрешения внутриколлективных и межколлективных конфликтов и методы воспитательной работы;
- знать систему аттестации персонала.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Объект управления. Роль и принципы управления персоналом. Прогнозирование структуры кадров, определение квалификации и переподготовка кадров. Расстановка и перемещение персонала по структурным подразделениям и участкам работы. Мотивация поведения в процессе трудовой деятельности, профессиональная и организационная адаптация персонала. Работа с кадровым резервом, организация должностного продвижения. Ротация кадров. Планирование деловой карьеры. Конфликты в коллективе. Воспитание персонала. Оценка эффективности управления персоналом. Аттестация персонала. Концепция кадровой политики в системе управления персоналом.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) «Торговое дело» направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-3: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- 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
- ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;
- ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать основы кадровой политики и кадровой работы, профессионального отбора, профессионального обучения и аттестации сотрудников;

Студент должен уметь применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений;

-разрабатывать организационно-управленческие структуры предприятия, положение о подразделениях;

- должностные инструкции;

Студент должен владеть навыками самостоятельного приобретения новых знаний, используя современные технологии управления персоналом.

Формы контроля:

- зачеты;
- деловые игры;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**Разработчик программы доцент
Зав. кафедрой «Гуманитарных и
социально – экономических
дисциплин» д.ф.н., доцент**

Левчук В.В.

Гайломазова Е.С.

направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Маркетинг»

дисциплина «Экономика и управление организациями малого бизнеса»

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов необходимого объема знаний и практических навыков в вопросах организации, функционирования и управления малыми предприятиями.

Задачи курса «Экономика и управление организациями малого бизнеса»:

- изучение исторических основ развития малого предпринимательства и трансформации критериев отнесения предприятий к субъектам малого бизнеса;
- изучение особенностей регистрации и ликвидации организаций малого бизнеса;
- формирование современного представления о функционировании малого предприятия;
- получение профессионального представления о целостности делового цикла: организация производства, менеджмент, маркетинг, финансы, правовое обеспечение предпринимательской деятельности;
- содействовать формированию у студентов способности к объективной оценке бизнес-процессов, научить планировать работу малого предприятия
- получение информации об особенностях организации деятельности и функционировании малых предприятий в России.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Экономика и управление организациями малого бизнеса» относится к дисциплинам по выбору вариативной части, входящих в рабочий учебный план по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Студенты, проходящие обучение по направлению «Торговое дело» профиль «Маркетинг» должны освоить следующие темы курса: Место малого предпринимательства в экономике страны Виды и формы организаций малого бизнеса Порядок регистрации и ликвидации организаций малого бизнеса Капитал организаций малого бизнеса. Проблемы привлечения инвестиций Кадровое обеспечение организаций малого бизнеса Управление затратами малого предприятия. Ценообразование Организация учета и налогообложение предприятий малого бизнеса Бизнес-планирование в малом бизнесе Конкуренция и конкурентоспособность продукции малых предприятий Защита прав и интересов предпринимателя

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9);
- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10);
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать:

- основы планирования подбора, обучения и руководства персоналом на предприятиях малого бизнеса;
- методы стимулирования персонала, применимые к предприятиям малого бизнеса;
- методы разрешения конфликтов в процессе функционирования предприятия малого бизнеса;
- основы планирования подбора, обучения и руководства персоналом на предприятиях малого бизнеса;
- методы разработки маркетинговой стратегии в процессе функционирования предприятия малого бизнеса;
- основы планирования подбора, обучения и руководства персоналом на предприятиях малого бизнеса;
- методы стимулирования персонала, применимые к предприятиям малого бизнеса;
- применения научных, в том числе маркетинговых, исследований в процессе функционирования предприятия малого бизнеса;

основы планирования подбора, обучения и руководства персоналом на предприятиях малого бизнеса;

применения научных, в том числе маркетинговых, исследований в процессе функционирования предприятия малого бизнеса.

уметь:

осуществлять организацию, планирование и контроль деятельности персонала малого предприятия;

мотивировать персонал предприятия малого бизнеса;

планировать потребность в трудовых ресурсах малого предприятия;

различать типы конфликтов и применять методы разрешения конфликтов на малом предприятии;

осуществлять организацию, планирование и контроль деятельности персонала малого предприятия;

применять методы разработки стратегии на малом предприятии;

осуществлять организацию, планирование и контроль деятельности персонала малого предприятия.

владеть:

принципами организации работы персонала

методами определения численности персонала на малом предприятии,

навыками подбора персонала малого предприятия

навыками разрешения конфликтов

методами мотивации и стимулирования труда работников малого предприятия

принципами организации работы персонала

методами определения численности персонала на малом предприятии,

методами проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в организациях малого бизнеса.

Формы контроля:

- зачеты;

-решение практических ситуаций;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

Разработчик программы к.э.н., доцент

Зав. кафедрой «Маркетинга»

к.э.н., доцент

Шпилевская Е.В.

Крамаренко Р.Р.