

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Философия

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## История

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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;
- выразить и обосновать 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Иностранный язык

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Безопасность жизнедеятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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. Психологические и эргономические основы безопасности. Психологические 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Физическая культура и спорт

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Экономическая теория

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Цель курса:** формирование у студентов понимания логики происходящих преобразований в экономике страны, а также выявлении 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Русский язык

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Математика

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Информатика

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Экономика предприятия (организации)

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Статистика

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Бухгалтерский учет

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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: Умением 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы маркетинга

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Коммерческая деятельность

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 и 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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. Основопологающие 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Теоретические основы товароведения

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Логистика

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Менеджмент

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Правовое регулирование маркетинговой деятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Организация и технология торговли

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

#### Цель курса:

- формирование у студентов теоретических и прикладных знаний в области организации и технологии торговых 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 товарнонародного 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 и технология торговли» 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: Торговля в современных рыночных отношениях. Организация и технология оптовой торговли. Организация и технология розничной торговли. Тара и тарные операции в торговле. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на предприятиях торговли. Организация перевозки товаров. Государственное регулирование в сфере торговли. Защита прав потребителей и основные правила торговли.

### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

**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;

**ПК2** - 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-8** - готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

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

*Студент должен знать:*



- процесс доведения товаров от места производства до потребителей;
- пути повышения эффективности процесса товародвижения на всех его стадиях;
- принципы функционирования отдельных торгово-технологических звеньев и операций.

**Уметь:** -осуществлять технологические процессы на предприятиях торговли;

- организовывать торгово-технологические процессы на предприятии торговли;
- управлять торгово-технологическими процессами на предприятии торговли.

**Владеть:** навыками управления ассортиментом; приемки и продажи товаров, мерчандайзинга.

**Формы контроля:**

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

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Рекламная деятельность

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Мерчандайзинг в торговле

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Цель курса:** формирование знания о специфике мерчандайзинга торгового предприятия и формирования практических навыков управления системой мерчандайзинга торгового предприятия.

В ходе достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- рассмотреть содержание и виды мерчандайзинга;
  - уточнить содержание системы и стандарта мерчандайзинга;
  - ознакомиться с основными процедурами, правилами и законами мерчандайзинга;
  - уточнить особенности мерчандайзинга торгового предприятия и поставщика (производителя);
  - рассмотреть особенности процедур, планировка торгового зала, подбор торгового оборудования и размещение отделов и секций;
  - уточнить содержание процедуры представление товаров в торговом зале;
  - рассмотреть типологию POS-материалов и особенности их применения;
- создание благоприятной атмосферы магазина; разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров; разработка и применение средств и методов мерчандайзинга для продвижения отдельных товаров

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

Дисциплина «Мерчандайзинг в торговле» относится к к обязательным 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: Понятие и значение мерчандайзинга в торговле. Первый уровень концепции мерчандайзинга. Внешний вид магазина и территория вокруг него. Второй уровень концепции мерчандайзинга. Торговый зал. Третий уровень концепции мерчандайзинга. Выкладка товаров в торговом зале. Мерчандайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Квалифицированный персонал при решении задач мерчандайзинга. Мероприятия по стимулированию продаж.

### 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.

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

**Студент должен знать:** понятие, концепции, принципы, функции и виды мерчандайзинга; торгово- технологические процессы магазина; требования к внешнему виду торгового

предприятия; классификацию ассортимента товаров; устройство магазинов, технологические планировки и принципы проектирования торгового зала; маркетинговые коммуникации в розничной торговле; организацию информации покупателей в магазине; общие правила размещения, принципы и виды выкладки товаров, мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в торговом зале; поведение мерчандайзера торгового предприятия; характерные черты мероприятий по стимулированию сбыта в розничной торговле; основные элементы торгового обслуживания;

**уметь:** использовать основные процедуры мерчандайзинга; процессы и приемы оформления витрин; использовать внешнее устройство для привлечения покупателей; использовать правила размещения и выкладки товаров; определить цели, реализуемые с помощью стимулирования сбыта; использовать нормативные документы, регламентирующие качество и уровень культуры обслуживания; использовать мерчандайзинг в системе маркетинговых коммуникаций; использовать факторы и принципы устройства и технологических планировок магазина; применять выгодные подходы к распределению площади торгового зала;

**владеть:** навыками коммерческой предприимчивости в сфере реализации программ мерчандайзинга; владеть основными операционными категориями и методиками оценки эффективности этапов мерчандайзинговой деятельности методикой анализа технико-экономических показателей эффективности мерчандайзинга и использования площади торгового зала магазина.

**Формы контроля:**

- зачеты
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Информационные технологии в маркетинге

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Правоведение

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Социология

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Концепции современного естествознания

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задач и 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Правовое обеспечение информационной деятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Информационные технологии в управлении

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинговые коммуникации

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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, индикативать 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 инструментарно-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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинговые исследования

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 исследованиях;
- 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Управление маркетингом

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Международный маркетинг

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 внутрихозяйственного 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Экономический анализ деятельности предприятий

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Конкурентоспособность организаций и товаров

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Правовое регулирование предпринимательской деятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Налогообложение и ценообразование

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Финансы, денежное обращение и кредит»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Внешнеэкономическая деятельность

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Деловые переговоры

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Биржевое дело

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Цели дисциплины:** формирование у студентов целостной системы знаний, умений и навыков в области теории организации работы бирж, биржевого ценообразования, принципов, порядка и методов организации биржевой торговли.

### Задачи изучения дисциплины

- изучение биржевых инструментов и порядка функционирования биржи;
- ознакомление с нормативно-правовой базой, регулирующей работу биржи и организацию биржевых торгов;
- раскрытие сущности и содержания основных понятий и категорий дисциплины, формирования понятийного аппарата у обучающегося;
- формирование базовых навыков самостоятельной работы студентов в системе организации биржевых торгов;
- ознакомление с основными биржевыми инструментами, стратегиями и особенностями биржевого ценообразования.

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

Дисциплина (модуль) «Биржевое дело» (Б.1.В.ДВ. 1.1) относится к числу вариативных дисциплин (дисциплин по выбору).

Студенты, проходящие обучение по направлению Торговое дело профиль Маркетинг, должны освоить следующие темы курса: Сущность и этапы развития биржевой торговли. Основные виды и функции бирж. Регулирование биржевой деятельности. Экономическая роль товарных бирж и анализ их деятельности. Организация деятельности фьючерсных бирж. Основы организации функционирования фондовых бирж.

### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-5 - способностью к самоорганизации и самообразованию

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

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

#### Студент должен знать:

- содержание, функции, задачи, структуру организации биржевой деятельности, основы биржевой логистики, понятие, функции, роль и место биржи в рыночной экономике;
  - тенденции развития российских и ведущих зарубежных бирж;
  - принципы регулирования биржевого механизма в Российской Федерации и за рубежом;
  - методы государственного регулирования и контроля биржевой деятельности в РФ;
  - нормативно-правовую базу, регулирующую биржевую деятельность в РФ;
  - основы организации биржевой деятельности, формы и методы регулирования и контроля деятельности бирж и ее участников;
  - особенности развития и функционирования российских бирж: товарных, фондовых и валютных.
- виды и содержание биржевых операций, последовательности их осуществления.

#### Студент должен уметь:

- применять полученные знания в практической деятельности;
- обосновать эффективность биржевой стратегии;
- применять действующее законодательство РФ в области регулирования биржевого дела;

- решать задачи, основанные на прогнозировании экономических процессов на товарных, фондовых и валютных биржах;
- определять эффективность биржевых операций;
- рассчитывать экономические показатели биржевой деятельности.

**Студент должен владеть:**

- понятийным аппаратом дисциплины;
- опытом работы с действующим законодательством, регулирующими биржевую деятельность РФ;
- навыками анализа основных показателей ведущих мировых и отечественных бирж, выявления основных проблем деятельности бирж;
- методами и средствами организации биржевых операций, аналитическими методами для определения эффективности биржевой деятельности.

**Формы контроля:**

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

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Предпринимательские риски

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Цели дисциплины:** дать представление студентам об основах, содержании и особенностях предпринимательской деятельности и предпринимательских рисках, а также способах управления рисками.

### Основные задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с понятиями, предметом и принципами управления предпринимательскими рисками;
- формирование знаний, основных категорий, закономерностей и способов снижения транзакционных издержек в управлении рисками;
- формирование у студентов знаний и практических навыков рационального принятия решения и выбора оптимальной стратегии поведения в различных рискованных ситуациях.

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

Основы теории предпринимательских рисков. Классификация предпринимательских рисков. Методы выявления предпринимательских рисков. Оценка рисков в предпринимательской деятельности. Производственные риски. Финансовые риски. Риск банкротства как основное проявление финансовых рисков. Управление инвестиционными рисками. Основные пути и методы снижения рисков. Процесс управления предпринимательскими рисками. Предпринимательские риски и теневая экономика.

### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

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

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

**Студент должен знать:** место и роль системы управления рисками (СУР) в предпринимательстве и порядок ее применения; инструменты СУР, методику выявления рискованных ситуаций; причины и основные способы фальсификации товаров: методы выявления, оценки и анализа уровня рисков, управления рисками.

**Студент должен уметь:** применять методы управления в профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; выявлять признаки фальсификации и контрафактности товаров.

**Студент должен владеть:** инструментами решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений, навыками коммуникативного поведения в организации, работы в команде; навыками совершения юридически значимых действий при выявлении случаев фальсификации товаров.

### Формы контроля:

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

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

#### Цели и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения дисциплины (модуля) «Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» является формирование у студентов современных знаний и навыков в области организации доступной безбарьерной среды для инвалидов и маломобильных групп населения (МГН), позволяющих эффективно управлять ресурсами с целью реализации программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН.

**Задачами** изучения дисциплины (модуля) являются:

- представить слушателям обновленные требования российского законодательства по внедрению программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН;
- рассмотреть порядок паспортизации и сертификации объектов согласно требований законодательства;
- обучить выбору эффективных способов повышения уровней доступности для всех категорий инвалидов (К, С, Г, О, У);
- решить методические вопросы, возникающие при разработке паспорта объекта в рамках программы «Доступная среда»;
- обучить основам этики и психологии взаимодействия с людьми с особыми потребностями;
- рассмотреть особенности архитектурных решений по адаптации объектов с учетом «универсального дизайна» и «разумного приспособления».

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

Понятие и порядок признания лица инвалидом. Обеспечение равных возможностей для инвалидов. Медицинская экспертиза трудоспособности, определение групп инвалидности, ИПР, характеристика групп инвалидности. Материальное обеспечение инвалидов: материально-техническое обеспечение, субсидии, льготы. Законодательство Российской Федерации о правах инвалидов в части беспрепятственного доступа к объектам и услугам. Основы государственной программы «Доступная среда». Принципы обеспечения физической (архитектурной) доступности объектов для инвалидов. Этические нормы и правила в отношении людей с особыми потребностями (К,С,Г,О,У). Паспортизация и сертификация объектов по категориям (К,С,Г,О,У).

#### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

ПК-5 - способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.

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

##### *Студент должен знать:*

- законодательство РФ и нормативные правовые акты в отношении защиты прав инвалидов;
- основы психологии и этики построения отношений с людьми с особыми потребностями;
- систему, структуру и полномочия государственных органов Российской Федерации в отношении реализации государственной программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН.

##### *Студент должен уметь:*

- в рамках служебных полномочий применять на практике основные положения международной конвенции «О правах инвалидов»;

- взаимодействовать с инвалидами всех категорий (К, Г, О, С, У) при выполнении своих служебных обязанностей.

***Студент должен владеть:***

- навыками защиты прав лиц с ограниченными возможностями.

**Формы контроля:**

-зачет;

- контрольные работы;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Международная торговля

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### **Цели и задачи изучения дисциплины**

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

**Задачами** дисциплины являются:

- изучение сущности, направлений и форм организации международной торговли;
- 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)**

Международная торговля в системе международных отношений. Международное разделение труда. Международные экономические и торговые организации. Внешнеэкономические операции. Современные формы международной торговли. Формы международной конкурсной торговли. Международные валютно- расчетные отношения. Внешнеторговые контракты. Транспортное обеспечение международных перевозок. Мирохозяйственные связи Российской Федерации.

### **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-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:***

- понятия и факторы, влияющие на товародвижение; этапы закупочной работы; виды и классификацию договоров и их правовое регулирование и контроль; организацию перевозок грузов; способы и методы осуществления торговой деятельности в международной торговле; организацию расчетов; источники правового регулирования в сфере международной торговли; конъюнктуру международного товарного рынка;
- систему договорных отношений в международной торговле; классификацию договоров в международной предпринимательской деятельности, их структуру и содержание; способы выбора деловых партнеров.

#### ***Студент должен уметь:***

- выбрать потенциальных поставщиков, формы и методы товароснабжения; использовать с учетом классификации коммерческих посредников, заключать договора, контролировать их соблюдение и осуществлять анализ; использовать методы и принципы государственного регулирования товарного обращения в сфере конкуренции, рекламы, качества товаров;
- применять нормы действующего законодательства при оформлении договорных правоотношений (заключение, изменение и расторжение) в международной торговле; проводить деловые переговоры с партнерами.



***Студент должен владеть:***

- навыками установления коммерческих связей; методами выбора каналов распределения; выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров на международном уровне; правилами осуществления контроля в торговле и защите прав участников торговых отношений;
- навыками заключения договоров и контроля их выполнения на международном уровне; культурой мышления, деловой и профессиональной этикой; навыками принятия ответственности за нарушение договорных обязательств.

**Формы контроля:**

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

.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Организация предпринимательской деятельности

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 «Организация 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)

Исторические этапы развития русского предпринимательства. Понятие и сущность предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности. Договорные отношения в предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность и товарный рынок. Конкуренция в предпринимательстве. Особенности развития малого предпринимательства. Инвестиции и инвестиционная деятельность. Предпринимательский риск и пути его снижения. Культура предпринимательства и правовая защита интересов участников предпринимательской деятельности.

### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

ПК-1 - обладать 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-6 - обладать способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

ПК-8 - обладать готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

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

#### *Студент должен знать:*

- исторические этапы развития предпринимательства;
- сущность, признаки и виды предпринимательской деятельности; источники законодательства в области предпринимательства; признаки и этапы развития малого и среднего бизнеса;
- субъекты предпринимательства и их организационно-правовые формы; характеристику и деятельность товарного рынка; факторы, влияющие на конкуренцию и другие виды предпринимательства;
- систему договорных отношений в предпринимательской деятельности; классификацию договоров в предпринимательской деятельности их структуру и содержание;
- организацию предпринимательской деятельности и характеристику товарного рынка; способы и формы защиты прав субъектов предпринимательской деятельности.

#### *Студент должен уметь:*

- работать с нормативными документами, опираясь на действующее законодательство; формами поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства; пользоваться инвестиционной деятельностью на рынке российском рынке;
- использовать отчетную информацию для проведения анализа финансовой отчетности; применять нормы действующего законодательства при создании, государственной регистрации, осуществления предпринимательской деятельности и ликвидации субъектов; организовать предпринимательскую деятельность на товарном рынке;
- применять нормы действующего законодательства при оформлении договорных правоотношений (заключение, изменение и расторжение);
- организовать предпринимательскую деятельность на товарном рынке; применять нормы лицензирования в предпринимательской деятельности; применять на практике предпринимательский этикет и культуру предпринимателя.

***Студент должен владеть:***

- навыками развития малого и среднего бизнеса; навыками правового регулирования в сфере реализации товаров, работ, услуг; а также составления юридических документов;
- навыками организации деятельности оптовых и розничных товарных рынков;
- навыками нейтрализации предпринимательских рисков; ответственность за нарушение законодательства в области предпринимательской деятельности;
- культурой мышления, деловой и профессиональной этикой; ответственность за нарушение договорных обязательств;
- правовыми методами для защиты интересов субъектов предпринимательства.

**Формы контроля:**

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

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Торговое дело

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### **Цели и задачи изучения дисциплины**

**Целью** настоящего курса является формирования знания о специфике торгового предприятия и формирования практических навыков управления торгового предприятия, овладение студентами системой знаний, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя.

**Задачи:** дать студентам необходимые теоретические знания и привить практические навыки организации оптовой и розничной торговли при помощи современных форм и методов продажи товаров, обеспечения высокого уровня экономической и организационной работы торговых предприятий на рынке потребительских товаров.

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

Организация оптовой торговли. Организация розничной торговли. Предпринимательская деятельность и товарный рынок. Конкуренция в предпринимательстве. Мероприятия по стимулированию продаж. Мерчандайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Организация торгово-договорной деятельности. Культура предпринимательства.

### **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-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-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:***

- нормативные акты в области организации и технологии торговли; технологию документального оформления технологических операций при доведение товаров от производителя до потребителя; сущность и виды оптовой и розничной торговли; лицензирование отдельных видов торговой деятельности; методы продажи; антимонопольное законодательство;

- виды, типы, функции торговых предприятий и содержание и управление торгово-технологическим процессом; основные правила обеспечения безопасности и качества товаров и услуг; правила приемки товаров по количеству и качеству, рациональные системы управления ассортиментом, качеством товаров в торговых предприятиях;

- систему договорных отношений в предпринимательской деятельности; классификацию договоров в предпринимательской деятельности их структуру и содержание; способы выбора деловых партнеров.

***Студент должен уметь:***

- определить метод правового регулирования в сфере торговли; использовать экономическую и нормативно-правовую документацию; составлять необходимые документы по осуществлению технологических процессов в торговле; соблюдать требования организации и проведения мероприятий по контролю;
- характеризовать различные виды торговых предприятий; обслуживать покупателей, в соответствии с требованиями законодательных документов; устанавливать коммерческие связи; осуществлять поиск информации, сбор, анализ данных; осуществлять контроль качества товаров и услуг; организовать осуществление технологических процессов в оптовой и розничной торговле;
- применять нормы действующего законодательства при оформлении договорных правоотношений(заключение, изменение и расторжение); проводить деловые переговоры с партнерами.

***Студент должен владеть:***

- навыками работы с правовыми актами; методологией оформления документации в ходе управления торгово- технологическими процессами, отбора правовой информации;
- навыками организации торгово- технологическими процессами; методологией приемки товаров, внедрять современные и активные формы и методы продажи; мероприятий по стимулированию сбыта; культуры и этики предпринимательства;
- культурой мышления, деловой и профессиональной этикой; ответственность за нарушение договорных обязательств; о порядке заключения договоров и контроля их выполнения.

**Формы контроля:**

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Мировая экономика и международные экономические отношения**

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

#### **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.

.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Математические методы и модели в маркетинге

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Конфликтология

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 теории 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Товарная информация

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Эконометрика

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Связи с общественностью (паблик рилейшнз)

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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 (паблик 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-рилейшнз: 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 особенностях;

**Формы контроля:**

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

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Брендинг

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Интернет маркетинг

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Инновационный маркетинг

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Поведение потребителей

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задач и изучения дисциплины

Изучение основных закономерностей поведения 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 поведения потребителей. Восприятие, обучение, память. Мотивация. Психогномика. 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. Консьюмеризм

### 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.



# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Деловое общение

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Социальный маркетинг

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## История экономики

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Бизнес-планирование

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Инновации в торговле

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Управление персоналом

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### 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.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и управление организациями малого бизнеса

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

### 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.

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Управление эффективностью бизнеса

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения факультативной дисциплины «Управление эффективностью бизнеса» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области комплексного управления бизнесом на основе современных моделей и методов формирования оптимальной бизнес-модели компании.

**Задачи** изучения факультативной дисциплины:

- изучение понятийного аппарата, моделей и методов в области управления эффективностью бизнеса;
- приобретение навыков применения в практической деятельности инструментов построения эффективной компании для формирования устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

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

Дисциплина «Управление эффективностью бизнеса» относится к факультативным дисциплинам (вариативная часть), входящим 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: Теоретические подходы к управлению эффективностью бизнеса. Построение эффективной модели бизнеса. Бюджетирование как управленческая технология. Этапы и инструменты построения эффективной организации.

### 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-9** - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

#### знать:

- базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
- методы и способы построения эффективной модели бизнеса;
- инструменты построения эффективной организации;

#### уметь:

- управлять эффективностью бизнеса;
- построить эффективную модель бизнеса;

#### владеть:

- навыками использования инструментов построения эффективной организации;
- навыками построения эффективной модели бизнеса.

### Формы контроля:

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

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Бизнес-задачи в реальных условиях

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

### Цели и задачи изучения дисциплины

**Целью** освоения факультативной дисциплины «Бизнес-задачи в реальных условиях» является изучение теоретических основ предпринимательской деятельности, организации и ведения бизнеса в современных экономических условиях.

**Задачи** изучения факультативной дисциплины:

- изучение основ ведения современного бизнеса;
- приобретение навыков постановки экономических и управленческих целей и их эффективного достижения.

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

Дисциплина «Бизнес-задачи в реальных условиях» относится к факультативным дисциплинам (вариативная часть), входящим 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 бизнеса, субъекты бизнеса, основные виды деятельности в сфере бизнеса. Среда и система бизнеса. Государственно-правовое регулирование сферы бизнеса в России. Организация предпринимательской фирмы. Предпринимательская идея, цели и задачи создания собственного бизнеса. Основные этапы процесса создания бизнеса.

### Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

**ПК-6** – обладать способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

**ПК-9** - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

#### знать:

- базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
- основные этапы процесса создания бизнеса;

#### уметь:

- оценить внутреннюю и внешнюю среду бизнеса;
- организовать предпринимательскую фирму;

#### владеть:

- навыками создания собственного бизнеса;
- навыками выработки стратегии развития бизнеса.

### Формы контроля:

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