

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

ЧЕБОКСАРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело
Направленность (профиль) Инновационная коммерческая деятельность

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.01 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цели:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования и дальнейшее развитие их языковой и коммуникативной компетенции, необходимой для профессионального общения и дальнейшего самообразования.

Задачи:

- поддержание ранее приобретенных навыков и умений иноязычного общения и их использование как базы для развития коммуникативной компетенции в сфере профессиональной и научной деятельности;

- расширение словарного запаса, необходимого для осуществления магистрантами профессиональной и научной деятельности в соответствии с их специализацией на иностранном языке;

- развитие профессионально значимых умений и опыта иноязычного общения во всех видах речевой деятельности в условиях профессионального и научного общения;

- формирование умения самостоятельно работать с литературой на иностранном языке.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к базовой части дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

общекультурные компетенции (ОК)

- способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4)

общепрофессиональные компетенции (ОПК)

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- реалии страны изучаемого языка

- лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для работы с иноязычными текстами в процессе профессиональной деятельности

Уметь:

- читать и переводить иноязычные тексты профессиональной направленности;

- воспринимать и обрабатывать в соответствии с поставленной целью различную информацию на английском языке в рамках профессиональной сферы общения, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;

- выполнять письменный перевод со словарем текстов различной степени сложности с английского языка на русский и с русского на английский в целях коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Владеть:

- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке;

- способностью выражать свои мысли и мнения в межличностном общении на иностранном языке

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Экономика как наука.

Раздел 2. Уровни экономики.

Раздел 3. Экономика организации

Раздел 4. Международная торговля

Раздел 5. Бухучет

Раздел 6. Банковское дело

Раздел 7. Менеджмент

Раздел 8. Маркетинг

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.02 ПСИХОЛОГИЯ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цели:

- сформировать у магистрантов целостное представление о

закономерностях развития личности, психике и психических явлениях в жизнедеятельности человека, необходимые для повышения общей и профессиональной компетентности современного специалиста.

Задачи:

- знакомство магистров с базовыми положениями и закономерностями развития психики, формирования личности;

- введение в круг вопросов психологии деятельности, психологии личности и коллектива, общения и межличностных отношений, психических способностей и состояний как основополагающих при самоорганизации и организации поведения других людей в производственной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к базовой части дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2)

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

- готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю развития психологических идей и взгляды выдающихся ученых-психологов;

- основные проблемы и категории психологии;

- структуру и проявления личности в системе межличностных отношений, формирование и развитие способностей;

- основные проблемы психологии личности и коллектива, общения и межличностных отношений, психических способностей и состояний как основополагающих при самоорганизации и организации поведения других людей в производственной деятельности.

Уметь:

- анализировать научную литературу и ориентироваться в потоке психологической литературы;

- использовать психологические знания как основу гуманитарной подготовки, повышения духовной, правовой и гражданской культуры;

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;

- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции.

Владеть:

- навыками социально-психологического анализа;
- способами эффективного взаимодействия;
- знаниями и приемами цивилизованного взаимодействия с партнером;
- приемами самоуправления в ситуации сложного социального взаимодействия;

- навыками ориентации в проявлениях социально- психологических феноменов, принятия решений в нестандартных ситуациях

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Психология как наука. Основные направления в психологии.

Тема 2. Мозг и психика.

Тема 3. Ощущения и восприятия. Мышление.

Тема 4. Понятие памяти, процессы, виды и законы памяти. Внимание, его виды и свойства

Тема 5. Эмоции и воля.

Тема 6. Личность как предмет психологического исследования и субъект деятельности. Мотивация, оценка результатов мотивации.

Тема 7. Психология межкультурных различий, учет социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий для работы в коллективе.

Тема 8. Социальное взаимодействие.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.03 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: сформировать компетенции обучающегося в области торгового дела, необходимые для решения практических задач профессиональной деятельности с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Задачи:

- ознакомление с областями применения и тенденциями развития современных компьютерных технологий,
- изучение конфигурации современных технических средств,
- освоение приемов и получение навыков работы с программными средствами для решения практических задач.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- способность самостоятельно приобретать с помощью

информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);

- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8);

- способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- о современных компьютерных технологиях в коммерческой деятельности;

- о преимуществах применения современных компьютерных технологий в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки;

уметь:

- использовать современную вычислительную технику и информационные системы в профессиональной деятельности;

- применять в коммерческой деятельности современные инструментальные компьютерные средства и специальное программное обеспечение в условиях массовой компьютеризации современного общества.

владеть:

- практическими навыками работы с современными программными средствами;

- навыками владения методами и приемами решения коммерческих задач с помощью современных информационных технологий.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Общие сведения о компьютерных технологиях. Применение компьютерных технологий в коммерческой деятельности. Моделирование коммерческой деятельности.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.04 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области стратегического маркетинга.

Задачи:

- изучение теоретических основ стратегического маркетинга;

- приобретение знаний и практических навыков формирования пирамиды маркетинговых стратегий фирмы;
- обучение приемам и методам разработки стратегии развития маркетингового комплекса фирмы;
- расширение представлений о подходах к разработке стратегической доктрины в соответствии со спецификой их целевых рынков, состава необходимых для её реализации функциональных стратегий маркетинга;
- развитие и совершенствование умений и навыков достижения стратегических конкурентных преимуществ фирм;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– общекультурные (ОК):

способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-7);

– общепрофессиональные (ОПК):

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- нормативно-методическую базу регулирования маркетинговой деятельности;
- теоретические основы стратегического маркетинга;
- методы стратегической маркетинговой деятельности субъектов рынка, стратегического маркетингового анализа внутренней среды;
- уровни стратегических решений, позволяющие адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами, адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей в выполнении индивидуальных заданий;
- проводить стратегический анализ внешней среды и конкурентоспособности предприятия;

- разрабатывать стратегические планы по реализации маркетинговой деятельности, стратегии развития маркетингового комплекса предприятия;
- принимать стратегические решения в сфере маркетинговой деятельности, адаптированные к новым ситуациям;
- обеспечивать стратегические конкурентные преимущества предприятия.

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих маркетинговую деятельность предприятий;
- анализа конкурентной среды и конкурентоспособности предприятия, анализа стратегической маркетинговой деятельности;
- разработки стратегий предприятия, стратегических планов реализации маркетинговой деятельности;
- проведения стратегического маркетингового аудита;
- принятия стратегических решений по управлению маркетинговой деятельностью;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретические основы стратегического маркетинга.

Содержание стратегического маркетинга.

Стратегический маркетинговый анализ внутренней и внешней среды.

Выбор стратегий маркетинга.

Разработка, реализация и аудит стратегического маркетинга.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.05 ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель – формирование системы знаний у обучающихся теоретические знания и практические навыки организации работ по проведению экспертизы товаров.

Задачи:

- изучение основных категорий в области экспертизы товаров;
- ознакомление с основными видами товарных экспертиз, объектами, субъектами, средствами и методами экспертизы товаров;
- приобретение знаний в области нормативно-правовой базы экспертизы товаров;
- определение объектов экспертизы и оснований для ее проведения;
- изучение правил, порядка производства экспертизы товаров;

– приобретение опыта применения средств и методов, проведения и оформления результатов товароведных экспертиз однородных групп товаров.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

способность определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, термины и их определения в области товарной экспертизы;

- цели, принципы, этапы, средства и методы проведения экспертизы;

- виды экспертизы;

- требования к экспертам, организацию и порядок проведения экспертизы товаров в экспертной организации;

- содержание информации для потребителей, нормативно-правовые документы, регламентирующие содержание информации.

Уметь:

- осуществлять поиск и работать с нормативной и технической документацией в области экспертизы товаров;

- определять объекты экспертизы и основания для ее проведения;

- выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы;

- оценивать эффективность затрат на проведение экспертизы;

- определять порядок операций при проведении экспертизы товаров.

Владеть:

- навыками применения средств и методов, организации и проведения экспертизы товаров.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Основные понятия в области экспертизы товаров, принципы, объекты и субъекты, виды товарной экспертизы.

Средства и методы товарной экспертизы.

Организация и проведение экспертизы.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.06 ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области инновационных маркетинговых коммуникаций.

Задачи:

- изучение теоретических основ, инструментов инновационных маркетинговых коммуникаций;
- исследование инноваций в Интернет-коммуникациях;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков разработки программ маркетинговых коммуникаций;
- развитие опыта и навыков осуществления инновационных маркетинговых коммуникаций;
- совершенствование умений и навыков разработки и принятия решений в области инновационных маркетинговых коммуникаций;
- обеспечение эффективности инновационных маркетинговых коммуникаций;
- формирование у студентов системного мышления.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– общекультурные (ОПК):

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

– общепрофессиональные (ПК):

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы, инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций;
- алгоритм разработки программы маркетинговых коммуникаций;
- способы продвижения маркетинговых коммуникаций в интернете;
- особенности и правила работы с социальными медиа, использования популярных социальных сетей в целях продвижения товаров и услуг;
- новые методов исследования маркетинговых коммуникаций, способствующих изменению научного и научно-производственного профиля

своей профессиональной деятельности;

- условия обеспечения эффективности инновационных маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами, адаптироваться к новым - осуществлять выбор структуры комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций;

- использовать эффективные инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности, в т.ч. при руководстве коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- разрабатывать и реализовывать программы инновационных маркетинговых коммуникаций;

- анализировать, контролировать и оценивать эффективность каналов коммуникации;

- принимать и разрабатывать управленческие решения в области инновационных маркетинговых коммуникаций;

- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- оценивать и обеспечивать эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций.

Владеть навыками:

- выбора структуры комплекса инновационных коммуникаций в процессе самостоятельного осуществления поиска и выбора инноваций;

- разработки программ, управленческих решений в сфере инновационных маркетинговых коммуникаций в процессе анализа и оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- применения инструментов инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности;

- самостоятельного осуществления поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- обеспечения эффективности маркетинговых коммуникаций

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Направления в сфере маркетинговых коммуникаций.

Сущность и содержание инновационных маркетинговых коммуникаций.

Программы инновационных маркетинговых коммуникаций.

Инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций.

- Коммуникативный-микс, его инструменты.
Инструменты специфических маркетинговых коммуникаций.
Инновации в Интернет-коммуникациях.
Продвижение маркетинговых коммуникаций в интернете.
Мониторинг инновационных проектов.
Способы мониторинга инновационных интернет-проектов.
Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций.
Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций.
6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.
7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.07 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций студентов в сфере рекламного менеджмента.

Задачи:

- изучение теоретических основ рекламного менеджмента;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области планирования, организации и контроля рекламной деятельности;
- развитие опыта и навыков управления рекламной деятельностью, разработки управленческих решений по бюджету рекламы;
- осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность рекламной деятельности;
- совершенствование профессиональных умений и навыков управления рекламной деятельностью;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовой части дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- общепрофессиональные (ОПК):
- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

ОПК-3

- теоретические основы рекламного менеджмента;
- методы поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности рекламной деятельности;
- сущность рекламного менеджмента и его цели;
- условия обеспечения эффективности рекламного менеджмента

ОПК-4

- основы выявления и оценки рисков в профессиональной деятельности (рекламной);
- особенности управления рекламой, рекламной деятельностью, рекламной кампанией;
- методы и принципы планирования, организации, регулирования и контроля рекламной деятельности;

Уметь:

ОПК-3

- самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность рекламной деятельности;
- применять эффективные формы и методы управления рекламной деятельностью в профессиональной деятельности;
- обеспечивать эффективность управления рекламной деятельностью.

ОПК-4

- выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (рекламной);
- реализовывать на практике функции рекламного менеджмента;
- планировать рекламный бюджет, разрабатывать решения по нему

Владеть:

ОПК-3

- навыками самостоятельного осуществления поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности рекламной деятельности;
- навыками планирования, организации и контроля рекламной деятельности, навыками выбора рекламных стратегий;
- обеспечения эффективности управления рекламной деятельностью

ОПК-4

- навыками готовности выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (рекламной);
- навыками управления рекламоспособностью товара, разработки управленческих решений по рекламной деятельности

5.Содержание дисциплины. Основные разделы:

Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы рекламного менеджмента

Тема 1. Введение в рекламный менеджмент

Реклама и рекламная деятельность как результат и процесс, вид бизнеса и рекламного творчества. Сущность, задачи, функции рекламного менеджмента. Принципы менеджмента в рекламе. Методы и перспективы развития рекламного менеджмента. Субъекты рекламного рынка, рекламного бизнеса. Учреждения, вовлеченные в сферу рекламного менеджмента.

Тема 2. Основные понятия и категории рекламного менеджмента

Реклама и рекламный рынок. Сравнительная характеристика товарного и рекламного рынка. Рекламные исследования. Рекламный товар и рекламный образ товара. Рекламоспособность товара, управление ею. Жизненный цикл рекламы. Управление рекламой, рекламной деятельностью. Рекламные стратегии. Рекламные агентства. Рекламный бюджет

Тема 3. Организация рекламной деятельности

Сущность, значение и задачи организации рекламной деятельности. Этапы, принципы и особенности организации рекламной деятельности. Организация фирмы-рекламодателя. Организационная структура рекламной службы фирмы. Структура, специфика организации рекламного агентства. Должностные инструкции рекламного менеджера. Выявление и оценка рисков в профессиональной деятельности (рекламной).

Тема 4. Регулирование и контроль рекламной деятельности

Задачи и особенности регулирования рекламной деятельности. Виды, этапы и результат регулирования рекламной деятельности. Требования регулирования. Задачи и особенности контроля рекламной деятельности. Уровни и виды контроля рекламной деятельности. Стратегический внутрифирменный контроль. Тактический контроль рекламы.

РАЗДЕЛ 2. Рекламные стратегии. Эффективность управления рекламной деятельностью

Тема 5. Рекламные стратегии

Понятие и виды рекламных стратегий. Рекламные стратегии рационалистского типа. Разновидности и приемы рациональной стратегии. Стратегия родовая, преимущества, позиционирования, УТП. Стратегии эмоционального (проекционного) типа. Факторы выбора рекламных стратегий. Выбор рекламных стратегий по выраженности атрибутов.

Тема 6. Эффективность управления рекламной деятельностью

Разработка управленческих решений по бюджету рекламы. Проблема оптимального бюджетирования рекламы. Эффективность рекламы на рынке. Коммуникационная и экономическая эффективность рекламы. Эффективность работы рекламного агентства. Оценка эффективности рекламы, рекламной кампании, ее показатели. Комплексная оценка эффективности управления рекламной деятельностью. Поиск и выбор инноваций, анализ и оценка экономической эффективности рекламной

деятельности.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.08 БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области бизнес-проектирования коммерческой деятельности.

Задачи:

– изучение теоретико-методологических основ бизнес-проектирования коммерческой деятельности;

– приобретение теоретических знаний и практических навыков в области разработки проектов по развитию коммерческой деятельности фирмы;

– развитие опыта и навыков стратегического планирования и бизнес-проектирования коммерческой деятельности;

- совершенствование профессиональных умений и навыков применения методов бизнес-проектирования в сфере коммерции;

формирование у студентов системного мышления, профессиональных умений и навыков бизнес-проектирования коммерческой деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- общекультурные (ОК):

готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9);

– общепрофессиональные (ОПК):

способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретико-методологические основы бизнес-проектирования коммерческой деятельности;
- структуру бизнес-плана предприятия и содержание его разделов;
- приемы активизации бизнес-мышления, технологии генерации бизнес-идей;
- процедуру и порядок бизнес-проектирования коммерческой деятельности торгового предприятия, основы их учета в подготовке к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования;
- особенности организации процесса бизнес-проектирования коммерческой деятельности и развития способности быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению;
- показатели эффективности и критерии оценки эффективности бизнес-проекта.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в процессе выполнении индивидуальных заданий;
- определять виды, источники и методы сбора информации, необходимой для разработки бизнес-проекта предприятия, его целесообразной структуры;
- разрабатывать проекты по развитию коммерческой деятельности предприятия, проектировать коммерческую деятельность предприятия;
- определять возможности эффективной практической реализации бизнес-проектирования;
- самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
- обеспечивать эффективность применения методов бизнес-проектирования в сфере коммерции и комплексный подход к оценке эффективности бизнес-проекта.

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих инновационную коммерческую деятельность торговых предприятий;
- активизации бизнес-мышления, оценки и отбора бизнес-идей;
- применения методов проработки бизнес-идей и бизнес-проектирования коммерческой деятельности;
- сбора и анализа информации для разработки бизнес-проекта;
- организации рационального процесса бизнес-проектирования коммерческой деятельности;

- самостоятельного осуществления поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- выявления и оценки рисков в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- разработки разделов бизнес-плана торгового предприятия;

- контроля реализации бизнес-плана и определения эффективности реализуемых бизнес-проектов в торговой отрасли;

- формирования системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретико-методологические основы бизнес-проектирования коммерческой деятельности.

Основные понятия стратегического планирования и бизнес-проектирования коммерческой деятельности.

Структура бизнес-плана торгового предприятия и содержание его разделов.

Методы бизнес-проектирования в сфере коммерции.

Практические основы разработки бизнес-проекта в коммерческой деятельности и оценка его эффективности.

Генерация бизнес-идей.

Разработка проектов по развитию коммерческой деятельности предприятия.

Оценка эффективности бизнес-проекта.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.01 ИННОВАТИКА

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области инноватики.

Задачи:

– изучение теоретических основ инноватики, инновационной деятельности;

– знакомство с реальными инновационными практиками и проектами российских и зарубежных компаний;

– приобретение теоретических знаний и практических навыков в области организации инновационной коммерческой деятельности торговых

предприятий;

- развитие опыта и навыков проведения первичной экспертизы инновационных проектов;

- совершенствование профессиональных умений и навыков проектирования организационных систем с учетом влияния инновационных проектов;

- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- профессиональные (ПК):

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- законодательные, нормативно-правовые акты, регламентирующие инновационную коммерческую деятельность торгового предприятия;

- теоретические основы инноватики и прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- принципы организации инновационной деятельности в компании и исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- подходы к моделированию условий реализации и развития инновационных проектов, а также к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- формы и методы осуществления инновационных преобразований и исследований прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- этапы коммерциализации инноваций.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий, связанных с исследованиями прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции,

или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- оценивать современные инновации в сфере торговли и их конкурентоспособность на внешнем и внутреннем рынках исследований на основе способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- этапы коммерциализации инноваций;

- проводить первичную экспертизу инновационных проектов на основе информации из первичных источников и развития способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- выбирать оптимальную бизнес-модель для реализации компанией инновационных конкурентных преимуществ;

- моделировать условия реализации и развития инновационных проектов;

- развивать способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы.

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих инновационную коммерческую деятельность торговых предприятий;

- разработки и реализации инновационных проектов, включая комплексное развитие предприятий и территорий;

- проведения первичной экспертизы инновационных проектов на основе информации из первичных источников и способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- восприятия нового и выдвижения новых оригинальных идей как результат развития способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело» и развития способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретические основы инноватики.

Инновационные технологии.

Инновационная деятельность.

Инновационное проектирование.

Эффективность инноваций.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.02 МЕТОДОЛОГИЯ НАУКИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕТ (144 час.)

2. Цель и задачи дисциплины:

Целью освоения курса «Методология науки» является формирование у магистрантов умения анализа научного знания философскими способами, представления об особенностях философской интерпретации науки и научного познания, видах наук, структуре научного знания и познания.

Задачи курса:

- выработать четкие представления об основных тенденциях развития современной науки;

- способствовать уяснению методов научного познания и обеспечить возможности их практического применения исследовательской деятельности;

- усвоить знания, составляющие содержание правильной аргументации и критики, ведения полемики.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5);

- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

- при формировании компетенции ПК-5:

- знать основные философские категории и концепции, направления и теории в философии науки; концептуальный аппарат и основные методы научного познания; основные научные школы, направления, концепции, источники знания и приемы работы с ними; общенаучные методы и методики, используемые в отдельных отраслях научного знания

- уметь совершенствовать свой интеллектуальный уровень, формулировать научно-исследовательские и научно-практические проблемы и использовать эвристические методы их решения; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; оценивать эффективность и результаты научной деятельности

- владеть современными способами получения и обработки знаний.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Современные проблемы науки. Индивидуальные домашние задания.

Тема 2. Структура научного знания. Составление тезисов конспектов.

Тема 3. Формы научного знания. Тестирование. Реферат.

Тема 4. Процесс формирования научного знания. Индивидуальные домашние задания.

Тема 5. Методология научного познания. Индивидуальные домашние задания Контрольная работа

Тема 6. Основные познавательные функции науки. Индивидуальные домашние задания.

Тема 7. Организация и оформление научного исследования.

Подготовка отчета о проведенном научном исследовании.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.03 АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ И ЛОКАЛЬНЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области анализа и прогнозирования развития региональных и локальных товарных рынков.

Задачи:

– ознакомление студентов с сущностью и особенностями региональных и локальных товарных рынков;

– формирование системы знаний о содержании анализа товарных рынков;

– углубление знаний, умений и навыков принятия решений в проведении исследований региональных и локальных рынков товаров;

– освоение современного инструментария анализа товарных рынков;

– исследование методов сбора информации о состоянии региональных и локальных товарных рынков;

– изучение содержания различных видов прогнозов, процедуры их разработки;

- ознакомление с количественными и качественными методами прогнозирования товарных рынков;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5);

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

~ знать:

~ нормативно-методическую базу регулирования основные теоретические положения анализа и прогнозирования товарных рынков;

~ особенности региональных и локальных товарных рынков;

~ элементы товарных рынков;

~ содержание анализа товарных рынков;

~ процедура проведения анализа региональных и локальных товарных рынков и анализа, оценки бизнес-среды организации (предприятия);

~ направления исследования товарных рынков и хозяйственной деятельности предприятия;

~ методологию анализа региональных и локальных товарных рынков, анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

~ сущность, виды прогнозов товарных рынков, анализа и оценка бизнес-среды организации (предприятия);

~ принципы и функции прогнозов товарного рынка;

- методологию прогнозирования региональных и локальных рынков товаров, анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), оценки эффективности ее хозяйственной деятельности;

- этапы разработки стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности.

Уметь:

~ выявлять особенности региональных и локальных товарных рынков, бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

~ проводить исследования поведения потребителей товаров на региональном и локальном рынке;

~ изучать конкурентов и цены на товары;

~ проводить комплексный анализ региональных и локальных товарных рынков;

~ разрабатывать прогнозы развития региональных и локальных товарных рынков;

~ проводить анализ и оценку бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

~ разрабатывать стратегии, контролировать их реализацию и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Владеть навыками:

- исследования потребительского поведения на региональных и локальных товарных рынках;

- изучения товарного предложения;

- исследования цен и конкуренции на товарных рынках;

- анализа состояния региональных и локальных товарных рынков, анализа бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

- прогнозирования региональных и локальных рынков товаров;

- разработки стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, логистической);

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Характеристика и роль рынка.

Элементы региональных и локальных товарных рынков.

Содержание анализа товарных рынков.

Направления исследования региональных и локальных товарных рынков.

Содержание прогнозирования региональных и локальных товарных рынков.

Методология анализа и прогнозирования региональных и локальных товарных рынков.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.04 ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области исследования, планирования, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий с использованием научных методов.

Задачи:

- сформировать эффективную целостную систему знаний и навыков прогнозирования и планирования коммерческой деятельности предприятий торговли для решения профессиональных задач;

- изучение сущности и инструментов планирования и прогнозирования коммерческой деятельности;

- выявление особенностей процессов прогнозирования и планирования коммерческой деятельности предприятий;

- изучения задач, связанных с разработкой планов коммерческой деятельностью;

- изучения методологических основ планирования коммерческой деятельности.

- выработка практических навыков прогнозирования и планирования коммерческой деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций:

- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой) (ПК-5);

- способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- методы научного исследования конъюнктуры рынка;
- современные средства обработки коммерческой информации;
- методы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности;
- приемы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов

Уметь:

- работать с технической документацией, необходимой для планирования и прогнозирования коммерческой деятельности;
- принимать решения в области коммерции, оценить их эффективности;
- анализировать, оценить и прогнозировать результаты коммерческой деятельности;
- проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

Владеть:

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке коммерческой деятельности с использованием научных методов;
- навыками принимать решений в области планирования коммерческой деятельностью;
- навыками прогнозирования коммерческой деятельности.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Глава 1. Прогнозирование коммерческой деятельности

Тема 1. Предмет и метод курса «Планирование и прогнозирование в коммерческой деятельности»

Тема 2. Инструментарий прогнозирования

Тема 3. Методы научного прогнозирования

Тема 4. Прогнозирование спроса на товары и услуги как основа коммерческой деятельности предприятия

Раздел 2. Планирование коммерческой деятельности предприятия

Тема 5. Организация процесса планирования коммерческой деятельности на предприятии

Тема 6. Планирование коммерческой деятельности

Тема 7. Бизнес-план: структура, логика и методы обоснования

Тема 8. Финансовое планирование коммерческой деятельности предприятия

Тема 9. Организационно-экономические условия реализации планов

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.05 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области стратегического управления коммерческой деятельностью предприятий и организаций.

Задачи:

- сформировать целостную систему знаний и навыков стратегического управления коммерческой деятельностью организаций (предприятий);
- приобрести знания в области анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;
- изучить методологические основы стратегического управления коммерческой деятельностью предприятия и определения ее эффективности;
- обладать современными средствами систематизации и обработки коммерческой информации
- приобрести навыки и умения находить и принимать стратегические управленческие решения в области коммерческой деятельности, оценке их эффективности путем аудита.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

- способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3);
- готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита коммерческой деятельности (ПК-4);
- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов коммерческой деятельности (ПК-5).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные средства систематизации и обработки коммерческой информации;
- процедуру анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия);
- методы определения эффективности хозяйственной (коммерческой) деятельности предприятия;
- методы научного исследования конъюнктуры рынка;

- прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка

Уметь:

- находить и принимать стратегические управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;

- анализировать и оценить бизнес-среду организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

- анализировать, прогнозировать и моделировать тенденции изменения конъюнктуры рынка;

- анализировать результаты коммерческой деятельности предприятия.

Владеть:

- навыками и умениями находить и принимать стратегические управленческие решения в области профессиональной деятельности;

- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия);

- навыками определения эффективности хозяйственной деятельности;

- способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита коммерческой деятельности;

- способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов коммерческой деятельности.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Методологические основы стратегического управления коммерческой деятельностью. Введение в стратегическое управление коммерческой деятельностью

Тема 1. Коммерческая деятельность как объект стратегического управления

Тема 2. Сущность и значение стратегического управления коммерческой деятельностью

Тема 3. Методологические основы стратегического управления коммерческой деятельностью

Тема 4. Этапы развития стратегического управления коммерческой деятельностью

Тема 5. Основная стратегия коммерческой деятельности организации и ее составляющие

Тема 6. Направление стратегического развития коммерческой деятельности торговой организации

Раздел 2. Инструментарий стратегического менеджмента

Тема 7. Стратегическое планирование и прогнозирование коммерческой деятельности в организации

Тема 8. Анализ внешнего и внутреннего состояния торгового предприятия (организации)

Тема 9. Структуризация целей торгового предприятия

Тема 10. Анализ и выбор стратегических позиций коммерческой деятельности предприятия

Тема 11. Управление стратегическими задачами в коммерческой деятельности торгового предприятия

Тема 12. Стратегическое управление в условиях изменений

Раздел 3. Инфраструктура и контроль в процессе реализации стратегии коммерческой деятельности предприятия

Тема 13. Стратегическое управление коммерческой деятельностью в инфраструктуре рынка

Тема 14. Мотивации в разработке и реализации стратегии коммерческой деятельности предприятия

Тема 15. Контроль в процессе разработки и реализации стратегии коммерческой деятельности предприятия

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИН Б1.Б.06 ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области инновации в управлении коммерческой деятельностью предприятий и организаций.

Компетенции, полученные магистрантами в процессе изучения данной дисциплины, являются основой для инновации в управлении коммерческой деятельностью в организациях и имеют прикладное значение для формирования их стратегии на товарных рынках в условиях интеграции и глобализации экономики.

Задачи:

- сформировать эффективную целостную систему знаний и навыков инновации в управлении коммерческими процессами в организации для решения профессиональных задач;

- изучение сущности инновации и ее применения в управлении коммерческой деятельностью;

- выявление особенностей процессов управления коммерческой деятельностью в корпорации и подразделениях торгового предприятия;

- изучения задач, связанных с применением инновации в управлении коммерческой деятельностью;

- изучения методологических основ инновационных процессов в управлении коммерческой деятельностью.

- выработка практических навыков управления коммерческой деятельностью на инновационной основе, обеспечивающих эффективность коммерческой деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

Изучение дисциплины опирается на компетенции, сформированные при изучении дисциплин Инновационные маркетинговые коммуникации, Инноватика.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2).

способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)

- теоретические основы инноватики и прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- основы анализа технологического процесса как объекта управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

Уметь:

- разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) - оценивать современные инновации в сфере торговли и их конкурентоспособность на внешнем и внутреннем рынках исследований на основе способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и

обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

Владеть:

- навыками формирования системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело» и развития способности к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы

- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Коммерческая деятельность как объект инновации в управлении деятельностью

Сущность инновации в управлении коммерческой деятельностью

Внедрение инновации в управлении коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий

Основные концепции инновации в управлении коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговли

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.07 ПРОЕКТИРОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ СИСТЕМ В ТОРГОВЛЕ НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИКИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в сфере проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

Задачи:

- изучение теоретических основ проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;

- овладение логико-понятийным аппаратом дисциплины;

- применение на практике эффективных методов проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе применения современных концепций логистики;

- анализ, оценка эффективности проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;

- развитие проектировочных умений магистратов в процессе учебной деятельности, их проектировочной компетенции;

- совершенствование навыков проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;
- формирование системного мышления, ориентации на системную интеграцию с партнерами по цепи поставок, обеспечивающую высокую конкурентоспособность товаропроводящих систем.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

готовность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9);

способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические и методологические основы проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;

- основы системной организации процессов товародвижения;

- задачи, принципы проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;

- специфику применения общелогистических методов и методов проектирования распределительных товаропроводящих систем;

- принципы и подходы к организации оценки экономической эффективности проектов товаропроводящих систем;

- тенденции развития распределительных товаропроводящих систем.

Уметь:

- организовывать системную интеграцию с партнерами по цепи поставок, обеспечивающую высокую конкурентоспособность товаропроводящих систем;

- использовать на практике методы проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе применения современных концепций логистики;

- осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, при проектировании распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;

- оценивать прогнозируемую и реальную конкурентоспособность товаров и организаций, ее обеспечение;
- прогнозировать и проектировать ассортимент товаров;
- проектировать и разрабатывать бренд-технологии, распределительные товаропроводящие системы в торговле на основе применения современных концепций логистики;
- разрабатывать и реализовывать инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, экономически обоснованные проекты распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;

оценивать эффективность разработанных на основе логистики проектов распределительных товаропроводящих систем в торговле.

Владеть навыками:

- проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики;
- поиска инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг
- оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечения;
- прогнозирования и проектирования ассортимента товаров;
- проектирования и разработки бренд-технологий;
- применения на практике общелогистических методов и методов проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле;
- выбора эффективных проектов распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистических правил и принципов;
- анализа и оценки эффективности разработанных на основе логистики проектов распределительных товаропроводящих систем в торговле.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретические и методологические основы проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

Теоретические основы распределительных товаропроводящих систем.

Основы проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

Методология проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

Содержание проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

Проектирование распределительных товаропроводящих систем в торговле.

Проектирование концентрационных товаропроводящих систем в торговле.

Проектирование концентрационно-распределительных товаропроводящих систем в торговле.

Реализация этапов проектирования распределительных товаропроводящих систем в торговле на основе логистики.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.08. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В ТОРГОВЛЕ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

формирование компетенций студентов необходимых для разработки и применения современных информационных технологий в торговле.

Задачи:

- приобретение студентами прочных знаний и практических навыков в области, определяемой основной целью курса;
- приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков по основам архитектуры и функционирования информационных систем.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональные (ПК):

- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3);
- готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- знать: принципы применения современных информационных технологий для построения и использования информационных систем, решения задач управления в решения задач в экономике, управлении, бизнесе - методики, методы и средства управления бизнес-процессами;
- уметь: использовать современные информационные технологии в коммерции; выбирать и использовать инструментальные средства современных технологий проектирования; использовать средства Интернет для поиска требуемой информации;
- владеть: методами управления бизнес-процессами предприятия,

приемами методами сбора и обработки данных в сети Интернет; методами обработки экономической информации, а также использования информационных технологий в различных задачах экономики, управления и бизнеса.

5. Содержание дисциплины. Основные темы:

Тема 1. Сети и сетевые технологии

Тема 2. Электронный бизнес

Тема 3. Инструменты для создания сайта

Тема 4. Разработка сайта

Тема 5. Формы

Тема 6. Основы интернет-маркетинга и поисковая оптимизация сайта

Тема 7. Поисковые системы

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.09 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области организации электронной коммерции, а также в проведении научного исследования в данной области по направлению «Торговое дело».

Задачи:

- приобрести теоретические знания, а также практические и исследовательские навыки в области электронной коммерции;
- формировать у студентов систему знаний законодательства в области организации электронной коммерции;
- приобрести практические навыки и умения проведения исследований в области внедрения электронной коммерции как составляющей инновационной технологии в коммерческой деятельности предприятий;
- изучить проблемы внедрения и нормативно-правового обеспечения электронной коммерции;
- прививать навыки работы по позиционированию электронного предприятия на глобальном рынке;
- обобщению опыта функционирования электронной коммерции в сфере обращения;
- разработке концептуальных основ развития электронной коммерции в торговле.
- приобрести навыки формирования потребительской аудитории и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций:

ПК-1 способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;

ПК-2 готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий коммерческой деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- инновационные системы закупок и продаж товаров;
- методику определения эффективности электронной коммерции

уметь:

- выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;
- разрабатывать и оценивать эффективность электронной коммерции

владеть:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;

- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность электронной коммерции

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Организационно-экономические основы электронной коммерции

Содержание электронной коммерции

Архитектура и технологии систем электронной коммерции

Правовые основы электронной коммерции

Заключение сделок

Заключение договоров с использованием сети Интернет

Коммерческая деятельность по оптовой закупке товаров

Организация и технология работы Интернет-магазина

Организация продажи товаров через электронные торговые площадки

Технологии электронных платежей

Рекламный бизнес в Интернет

Организация предоставления услуг в электронной коммерции

Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.

Использование зарубежного опыта

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.10 КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ (продвинутый уровень)

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области управления коммерческой деятельностью на основе категорийного подхода, а также в проведении научного исследования в данной области по направлению «Торговое дело».

Задачи: - приобретению теоретических и методических знания, а также практических и исследовательских навыков в области категорийного подхода к организации коммерческой деятельности предприятий применительно к сфере товарного обращения;

- исследованию и анализу методики внедрения категорийного подхода как составляющей инновационной технологии в коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг;

- изучению проблем внедрения и нормативно-правового обеспечения категорийного менеджмента в коммерции;

- обобщению опыта функционирования категорийного менеджмента в сфере обращения;

- овладению методами управления коммерческой деятельности предприятия на основе категорийного подхода;

- разработке концептуальных основ развития категорийного менеджмента в торговле.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: - готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита коммерческой деятельности (ПК-4);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- процедуру анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия);

- сущность и значение категорийного менеджмента;

- основные исторические этапы развития категорийного подхода в сфере обращения;

- составляющие категорийного менеджмента и методы их исследования;

- методы определения эффективности хозяйственной (коммерческой) деятельности предприятия на основе внедрения категорийного менеджмента.

Уметь: - анализировать и оценить бизнес-среду организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности на основе КМ;

- применять основные положения научных теорий категорийного менеджмента в исследовании проблем коммерции и выполнении СРС;

- выбирать стратегии управления коммерцией на основе категорийного подхода, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность;
- обобщать теоретические знания и практический опыт КМ передовых отечественных зарубежных торговых предприятий.

Владеть: - готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия);

- навыками определения эффективности КМ;
- способностью к разработке стратегии коммерческой деятельности на основе использования КМ, контролю за ее реализацией и оценке эффективности.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины

Тема 2. Исторические аспекты возникновения и внедрения категорийного менеджмента

Тема 3. Основные компоненты категорийного менеджмента и их содержание

Тема 4. Подготовительные операция по переходу к категорийному менеджменту

Тема 5. Этапы организации категорийного менеджмента

Тема 6. Внедрение категорийного менеджмента в фирме и на предприятиях

Тема 7. Методология и практика категорийного менеджмента

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.11 УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области управления цепочками поставок.

Задачи:

- изучение теоретических основ управления цепями поставок;
- обучение студентов интеграции ключевых бизнес-процессов в цепях поставок в торговле;
- изучение проблематики снабженческой деятельности торгового предприятия;
- исследование вопросов складской логистики;
- формирование умений планирования и организации товароснабжения, осуществления контроля уровня запасов торговой организации и качественного логистического обслуживания покупателей;
- формирование у студентов умений, необходимых для эффективного осуществления профессиональной деятельности логиста в области

управления цепями поставок в торговле.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы и понятийный аппарат управления цепями поставок;

- проблемы управления цепями поставок в торговле и технологический процесс как объект управления;

- основы управления закупками в цепях поставок и организовывать работу персонала;

- содержание управления запасами в цепях поставок в торговле;

- основы складирования, транспортирования и управления сбытом в цепях поставок;

- основы систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия, управлению закупками, запасами и складированием.

Уметь:

- устанавливать логистические отношения с контрагентами, участвуя тем самым в формировании рациональных хозяйственных связей;

- оценивать показатели эффективности функционирования цепей поставок;

- находить и принимать логистические решения в профессиональной деятельности по управлению снабжением;

- находить и принимать логистические решения в профессиональной деятельности по управлению закупками;

- находить и принимать логистические решения в профессиональной деятельности по управлению складированием;

- минимизировать затраты в снабженческой деятельности;

- эффективно управлять запасами в цепях поставок в торговле на основе систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия;

- анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала;

- находить и принимать управленческие решения в области

профессиональной деятельности;

- систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
- использовать методы ABC- и XYZ-анализа в управлении запасами;
- проводить анализ логистических операций на складах;
- оценивать эффективность управления сбытом в цепях поставок;
- проводить анализ системы интегрированного планирования цепях поставок в торговле.

Владеть навыками:

- управления товарными запасами предприятия торговли на основе анализа технологического процесса как объекта управления;
- анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала;
- организовывать работу персонала в процессе управления сбытом в цепях поставок;
- организовывать работу персонала в процессе управления закупками в цепях поставок;
- организовывать работу персонала в процессе управления складированием в цепях поставок;
- находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности;
- систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
- организации товароснабжения и находить, принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности;
- проведения ABC- и XYZ-анализа;
- выбора оптимального поставщика и находить, принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности;
- оценки эффективности интегрированных планов в цепях поставок.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Основы логистики и управления цепями поставок.

Управление закупками и запасами в цепях поставок.

Логистика складирования, транспортировки и обслуживания в цепях поставок.

Интегрированное планирование цепей поставок, их организация и контроль.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.01 ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОММЕРЦИИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области использования инновационно-информационной технологии в сфере коммерции.

Задачи:

- сформировать целостную систему знаний и навыков управления коммерческой деятельностью организаций (предприятий) на основе инновационной информационной технологии;
- приобрести знания в области анализа и оценки эффективности инновационных технологий в осуществлении коммерческой деятельности;
- приобрести умения использовать современные средства информационной технологии;
- приобрести навыки и умения оценивать эффективность инновационных технологий коммерческой деятельности
- уметь обобщать опыт функционирования информационных технологий и информационных систем в сфере обращения;
- овладеть методами управления инновационными информационными технологиями торговых предприятий;

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ПК-2 готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий коммерческой деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- методологические основы внедрения и оценки эффективности инновационных технологий коммерческой деятельности.

Уметь:

- находить и принимать решения о внедрении инновационных технологий коммерческой деятельности;
- уметь обобщать опыт функционирования информационных технологий и информационных систем в сфере обращения;
- уметь анализировать и оценивать эффективность инновационных технологий в осуществлении коммерческой деятельности.

Владеть:

- навыками и умениями внедрения и оценки эффективности инновационных технологий коммерческой деятельности.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Актуализация коммерческой информация на предприятии

Тема 2. Информационные технологии в сфере коммерции на инновационной основе

Тема 3. Технологический процесс обработки информации

информационной системы

Тема 4. Программное обеспечение информационных технологий.

Тема 5. Учет торговых операций с помощью конфигурации 1С:Торговля и склад.

Тема 6. Технические средства для информационных технологий

Тема 7. Информационные системы управления взаимоотношений с клиентами (CRM)

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.02 ПСИХОТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области психотехнологий продажи товаров.

Задачи:

- изучение теоретических основ психологии продажи, психотехнологий продажи товаров;

- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области совершенствования психотехнологий на различных этапах профессиональной продажи товаров;

- развитие опыта и навыков использования психотехнологий успешных больших и малых продаж товаров;

- формирование у студентов системного мышления, профессиональных умений и навыков успешных продаж.

3. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы психологии, психологические технологии продажи товаров;

- задачи, этапы и принципы разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- задачи и виды психотехнологий, используемых на различных этапах профессиональной продажи товаров;

- особенности применения психотехнологий больших и малых продаж в процессе разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- специфику формирования профессиональных умений и навыков успешных продаж.

Уметь:

- учитывать психологические аспекты профессиональной продажи, психологический портрет клиента в процессе продажи ему товаров;

- использовать психотехнологии на различных этапах профессиональной продажи товаров;

- оценивать эффективность применения психотехнологий на различных этапах профессиональной продажи товаров;

- реализовывать на практике психотехнологии больших и малых продаж, инновационные технологии профессиональной деятельности;

- развивать профессиональные умения продаж и навыки разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- обеспечивать устойчивость и эффективность продажи товаров, эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).

Владеть навыками:

- анализа психологических аспектов профессиональной продажи, учета психологического портрета клиента в процессе продажи ему товаров;

- выбора наиболее эффективных психологических технологий больших и малых продаж в системе инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- обеспечения успешной продажи товаров с применением различных психологических технологий и комплексной оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

- работы с действующими нормативными документами, необходимыми для разработки и оценки эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

- Психология продажи товаров.
 - Психологический портрет торгового представителя.
 - Психологический портрет клиента.
 - Психологические аспекты профессиональной продажи товаров.
 - Психотехнологии на различных этапах профессиональной продажи товаров.
 - Этапы продаж, их характеристика и значимость.
 - Психотехнологии на подготовительном этапе продажи.
 - Психотехнологии на основном этапе продажи.
 - Психотехнологии на заключительном этапе продажи.
 - Психотехнологии больших и малых продаж.
 - Психотехнологии больших продаж.
 - Психотехнологии малых продаж.
 - Формирование умений и навыков успешных продаж.
 - Формирование базовых коммуникативных умений.
 - Формирование специальных профессиональных умений.
 - Формирование навыков использования психотехнологий успешных продаж.
6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.
 7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)
 2. Цели и задачи дисциплины:
Цель: овладение студентами магистратуры знаниями и действиями в области организации коммерческой деятельности на инновационных методах, а также в проведении научного исследования в данной области по направлению «Торговое дело».
- Задачи:
- сформировать целостную систему знаний в области выбора инновационных системы закупок и продаж товаров;
 - изучить методологические основы проведения исследований, прогнозирования, моделирования бизнес-технологий с использованием научных методов;
 - приобрести умения области проведения анализа и оценки инновационных методов коммерческой деятельности;
 - приобрести практические навыки организации закупок и продаж товаровна инновационных методах;
 - обобщить опыт функционирования инновационных методов в сфере закупок и продаж товаров.
 - приобрести навыки и умения находить и применять инновационные системы закупок и продаж товаров.

3. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

торгово-технологическая деятельность:

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

научно-исследовательская деятельность:

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

методы выбора инновационных системы закупок и продаж товаров

Уметь:

выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров

Владеть:

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

1. Введение

2. Теоретические основы инновационных методов организации коммерческой деятельности

3. Государственное управление инновациями в коммерческой деятельности

4. Управление инновационными проектами и программами в коммерческой деятельности

5. Организация разработки и внедрения инновационных методов в коммерческой деятельности

6. Финансово-экономические аспекты инновационной деятельности коммерции

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, лабораторные и занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.02 МОДЕЛИРОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ПОТОКОВ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕТ (108 час.)

2. Цель и задачи дисциплины:

Основная цель курса - сформировать компетенции обучающегося в областиматематического моделирования и оптимизации товарных потоков в

процессе товароснабжения и управления процессами распределения продукции, сырья и материалов.

Задачи дисциплины:

- решение задач математического моделирования товарных потоков в логистике;
- изучение структуры и содержания моделей и методов моделирования в цепях поставок товарного сектора экономики;
- рассмотрение подходов и методов строгой формализации и оптимизации товарных потоков в цепях поставок современных производственно-торговых предприятий;
- численная оценка адекватности и эффективности модельных решений и строгого обоснования логистических решений в практике организации функционирования цепей поставок.

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

знать:

- методы выбора инновационных системы закупок и продаж товаров;
- основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

уметь:

- выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;
- принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной товарной группой в зависимости от ее характеристик

владеть:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров.
- современные методы экономико-математического моделирования в
- навыками работы с логистическими информационными системами и их основными модулями;

- исследовать, прогнозировать, моделировать и оценивать конъюнктуру рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Методологические основы моделирования товарных потоков

Раздел 2. Моделирование и информатизация цепей поставок

Раздел 3. Классификация задач моделирования товарных потоков

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ДИСЦИПЛИН

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в сфере методики преподавания профессиональных дисциплин.

Задачи:

- изучение методологических основ преподавания профессиональных дисциплин;

- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области проектирования содержания профессиональных дисциплин;

- развитие опыта и навыков проведения аудиторных занятий в вузе;

- совершенствование педагогических умений и навыков;

- повышение качества преподавания профессиональных дисциплин.

3. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- профессиональные (ПК):

способность организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий (ПК-12).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

-методологические основы преподавания профессиональных дисциплин;

-методику преподавания аудиторных занятий в вузе;

-принципы и этапы проектирования содержания учебных дисциплин и проектирования образовательной деятельности в профессиональных

образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий;

- пути повышения качества преподавания дисциплин и организации и качества проведения образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в процессе осуществления педагогической деятельности;

- проектировать содержание профессиональных дисциплин вуза;

- применять эффективные формы и методы обучения в вузе;

- обеспечивать высокое качество преподавания учебных дисциплин.

Владеть навыками:

- планирования, организации, регулирования и контроля педагогической деятельности;

- проектирования содержания учебных дисциплин и проектирование содержания образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий;

- проведения учебных занятий на высоком профессиональном уровне;

- обеспечения высокого качества преподавания учебных дисциплин;

- организации и проведения образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Основы методики преподавания профессиональных дисциплин в вузе.

Проектирование содержания профессиональных дисциплин.

Методика проведения аудиторных занятий в вузе.

Качество преподавания профессиональных дисциплин.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.02 МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИН

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов

в сфере методики преподавания дисциплин.

Задачи:

- изучение методологических основ преподавания профессиональных дисциплин;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области проектирования содержания учебных дисциплин;
- развитие опыта и навыков проведения аудиторных занятий в вузе;
- совершенствование педагогических умений и навыков;
- повышение качества преподавания учебных дисциплин.

3. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- профессиональные (ПК):

способность организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий (ПК-12).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- методологические основы преподавания учебных дисциплин;
- методику преподавания аудиторных занятий в вузе;
- принципы и этапы проектирования содержания учебных дисциплин и проектирования образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий;
- пути повышения качества преподавания дисциплин и организации и качества проведения образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в процессе осуществления педагогической деятельности;
- проектировать содержание учебных дисциплин вуза;
- применять эффективные формы и методы обучения в вузе;
- обеспечивать высокое качество преподавания учебных дисциплин.

Владеть навыками:

- планирования, организации, регулирования и контроля педагогической деятельности;
- проектирования содержания учебных дисциплин и проектирование содержания образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий;
- проведения учебных занятий на высоком профессиональном уровне;
- обеспечения высокого качества преподавания учебных дисциплин;
- организации и проведения образовательной деятельности в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Основы методики преподавания дисциплин в вузе.

Проектирование содержания дисциплин.

Методика проведения аудиторных занятий в вузе.

Качество преподавания дисциплин.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.04.01 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения учебной дисциплины «Актуальные проблемы оценки бизнеса» - формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций в области оценки бизнеса.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение теоретических основ оценочной деятельности;
- рассмотрение внешних и внутренних источников информации, используемой при оценке бизнеса;
- изучение подходов (доходного, сравнительного, затратного) к оценке бизнеса;
- рассмотрение порядка согласования результатов оценки и определения итоговой величины стоимости бизнеса;
- изучить методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или

3. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ПК-4:

Знать

методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Уметь

анализировать бизнес-среду организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способности к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Владеть

навыками анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

5. Содержание дисциплины. Основные темы:

Теоретические основы оценочной деятельности

Информационное обеспечение оценки бизнеса

Доходный подход к оценке бизнеса

Сравнительный подход к оценке бизнеса

Затратный подход к оценке бизнеса

Согласование результатов оценки и определение итоговой величины стоимости бизнеса

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 ОЦЕНКА РИСКОВ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в сфере оценки рисков в коммерческой деятельности.

Задачи:

- изучение теоретических основ оценки коммерческих рисков;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков оценки рисков в коммерческой деятельности;
 - развитие опыта выявления факторов коммерческого риска и выбора методов его снижения;
- совершенствование умений и навыков принятия решений в области управления и оценки рисками в коммерческой деятельности;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы оценки рисков в коммерческой деятельности;
- основы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;
- особенности проявления рисков коммерческих структур в условиях реформирования экономики;
- показатели коммерческого риска;
- проблемы анализа, диагностики и оценки риска в коммерческой деятельности, причины их возникновения и способы их решения.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий;
- использовать зарубежный и отечественный опыт анализа, оценки и снижения коммерческих рисков наряду с анализом и оценкой бизнес-среды

организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

- дифференцировать области хозяйствования по степени влияния факторов риска на деятельность предприятия;

- определять причины возникновения коммерческих рисков;

- проводить комплексную оценку коммерческих рисков;

- разрабатывать стратегии, контролировать за ее реализацией и оценивать эффективность ее реализации путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- формировать варианты предупреждения и снижения рисков в коммерческой деятельности.

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих коммерческую деятельность предприятий;

- моделирования и измерения коммерческого риска в процессе принятия решений;

- построения кривой риска коммерческой деятельности;

- анализа, оценки и снижения коммерческих рисков;

- обеспечения эффективности оценки коммерческих рисков и эффективности разрабатываемой стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;

- формирования системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретические основы коммерческих рисков.

Диагностика и оценка рисков в коммерческой деятельности.

Методы выявления и оценки коммерческих рисков.

Эффективность оценки и управления рисками в коммерческой деятельности.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.05.01 МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины: формирование системного представления, комплекса знаний о сфере международного бизнеса, его основных формах,

нормах и правилах его ведения.

Задачи:

- формирование системы знаний о развитии международного бизнеса в глобальной экономике;
- изучение теоретико-методологических подходов к исследованию современного состояния и тенденций развития международного бизнеса;
- освоение основных приемов анализа международной деятельности компаний;
- рассмотрение кросс-культурных особенностей ведения бизнеса;
- формирование практических навыков самостоятельной разработки бизнес-проектов, осуществления оценки их экономической эффективности;
- моделирование информационного обеспечения процессов принятия управленческих решений в международном бизнесе.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные формы международного бизнеса, их специфические особенности, тенденции развития международного бизнеса в условиях глобализации;
- принципы национального и международного правового регулирования различных форм бизнеса;
- современные особенности международного инвестирования и совместного предпринимательства;
- особенности транспортно-логистического обеспечения международного бизнеса;
- особенности делового общения;
- способы формирования позитивного имиджа фирмы при осуществлении международного бизнеса.
- знать и соблюдать принципы международного хозяйственного права.

Владеть:

- навыками и методами обработки и анализа российских и зарубежных данных для решения управленческих бизнес-задач;
- навыками использования результатов анализа для принятия

управленческих решений в сфере международного бизнеса;

- методиками формирования клиентской базы за рубежом;
- навыками расчета экономической эффективности иностранных инвестиций.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы:

Теоретические основы международного предпринимательства.

Организационно-правовые формы международного бизнеса.

Экономико-правовые и межкультурные аспекты международного бизнеса.

Предпринимательский риск.

Франчайзинг как форма международного бизнеса.

Иностранные инвестиции и совместное предпринимательство.

Свободные (особые) экономические зоны и офшорный бизнес.

Логистика в системе международного бизнеса.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.05.02. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Целью курса является формирование системного представления, комплекса знаний и компетенций в сфере коммерческой деятельности в условиях глобализации, привитие студентам теоретических и практических навыков ведения различных форм коммерческой деятельности на уровне страны, региона и фирмы.

Задачи дисциплины:

- ознакомить слушателей с видами коммерческой деятельности в условиях глобализации и его внешней средой;
- дать знания в сфере международного стратегического менеджмента;
- дать знания в области использования современных форм и методов ведения коммерческой деятельности в условиях глобализации;
- формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой,

или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основы анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Уметь:

исследовать, анализировать, прогнозировать и моделировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Владеть практическими навыками:

- исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

5. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Глобализация в развитии современного мирового хозяйства

Тема 2. Международная торговля и мировой рынок

Тема 3. Интеграция как основа конкурентоустойчивого развития субъектов мировой экономики в условиях глобализации

Тема 4. Инфраструктурное обеспечение развития коммерческой деятельности в условиях глобализации.

Тема 5. Роль транснациональных компаний в условиях глобализации

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа

7. Изучение дисциплины заканчивается: зачетом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.01 АНТИКРИЗИНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель:

усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в сфере управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли.

Задачи:

– изучение теоретических основ управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

– приобретение теоретических знаний и практических навыков управления изменениями на предприятиях торговли;

- развитие опыта формирования стратегий и планов проведения организационных изменений долгосрочного и краткосрочного характера;

– совершенствование умений и навыков управления организационными изменениями, оценки эффективности реинжиниринга на предприятиях торговли;

– формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

профессиональные (ПК):

способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические основы управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

- задачи и этапы управления организационными изменениями;

- особенности и методы оценки эффективности реинжиниринга на предприятиях торговли;

- проблемы управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли, причины их возникновения и способы их решения;

- основы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий;

- использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием методов реинжиниринга;

- анализировать процедуры и стратегии управления изменениями;

- оценивать эффективность реинжиниринга на предприятиях;

- проводить исследования, анализ, прогнозировать и моделировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих логистическую деятельность предприятий;

- построения эффективных систем управления изменениями на

предприятиях торговли;

- анализа и оценки эффективности управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

- обеспечении эффективности реинжиниринга бизнес-процессов;

- исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- формирования системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело» в процессе исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

5. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Экономические основы возникновения кризисных ситуаций

Тема 2. Кризисы в развитии организации

Тема 3. Понятие и сущность антикризисного управления на предприятиях торговли

Тема 4. Диагностика кризисов в процессах управления на предприятиях торговли

Тема 5. Разработка антикризисной стратегии на предприятиях торговли

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия, самостоятельная работа

7. Изучение дисциплины заканчивается: зачетом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ И РЕИНЖИНИРИНГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 час.)

2. Цель освоения дисциплины: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в сфере управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли.

Задачи:

- изучение теоретических основ управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

- приобретение теоретических знаний и практических навыков управления изменениями на предприятиях торговли;

- развитие опыта формирования стратегий и планов проведения организационных изменений долгосрочного и краткосрочного характера;

- совершенствование умений и навыков управления организационными изменениями, оценки эффективности реинжиниринга на предприятиях торговли;

– формирование системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

3. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

– профессиональные (ПК):

способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

- задачи и этапы управления организационными изменениями;

- особенности и методы оценки эффективности реинжиниринга на предприятиях торговли;

- проблемы управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли, причины их возникновения и способы их решения;

- основы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка.

Уметь:

- пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий;

- использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием методов реинжиниринга;

- анализировать процедуры и стратегии управления изменениями;

- оценивать эффективность реинжиниринга на предприятиях;

- проводить исследования, анализ, прогнозировать и моделировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

- своевременно решать проблемы управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли.

Владеть навыками:

- изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих логистическую деятельность предприятий;

- построения эффективных систем управления изменениями на предприятиях торговли;

- анализа и оценки эффективности управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли;

- обеспечении эффективности реинжиниринга бизнес-процессов;
- исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- формирования системного мышления у студентов направления подготовки «Торговое дело».

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Теоретические основы управления изменениями на предприятиях торговли.

Реинжиниринг на предприятиях торговли.

Эффективность управления изменениями и реинжиниринга на предприятиях торговли.

6. Виды учебной работы: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, лабораторные занятия самостоятельная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.