

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
ДИСЦИПЛИН**

Махачкала - - 2020

Дисциплина «Философия»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Философия» является развитие устойчивых навыков самостоятельного мышления в общественной жизни, формирование мировоззренческих социально и личностно значимых философских проблем.

В задачи преподавания дисциплины входят:

- овладение навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества;
- формирование способности критического мышления;
- формирование навыков логического мышления, ведения учебных, профессиональных, научных дискуссий.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка компетенции</i>
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ:	УМЕТЬ:	ВЛАДЕТЬ:
ОК-1: способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	З1- место и роль философии в общественной жизни; мировоззренческие социально и личностно значимые философские проблемы	У1- понимать и анализировать философские проблемы;	В1- методами изучения истории, навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества;

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б.1 «Философия» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетные единицы

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 32 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа –16 ч.

на занятия семинарского типа –16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся, составляет – 40ч.

Форма промежуточной аттестации – зачет в устной форме

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий) составляет 8 часов,

в том числе:

на занятия лекционного типа – 4 ч.

на занятия семинарского типа – 4 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся, составляет – 62 ч.

Форма промежуточной аттестации – зачет в устной форме – 2ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Философия, ее предмет, структура и роль в культуре

Тема 2. Основные этапы и направления развития философии

Тема 3. Философия средних веков и эпохи Возрождения

Тема 4. Философия Нового времени и Просвещения

Тема 5. Классическая немецкая философия.

Тема 6. Отечественная философия. Русская философия XI-XVII вв.

Тема 7. Современная философия

Тема 8. Картины мира. Философские учения о бытии и формах существования материального мира

Тема 9. Концепции развития. Связи и закономерности бытия.

Тема 10. Природа, человек, общество

Тема 11. Человек и исторический процесс. Движущие силы и субъекты социального развития

Тема 12. Проблема сознания в философии

Тема 13. Познание, творчество, практика. Научное познание

Тема 14. Будущее человечества

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана д.ф.н., доцентом кафедры гуманитарных дисциплин Манаповой В.Э.

Дисциплина «Иностранный язык»

Цель изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык» является формирование способности к коммуникации позволяющей свободно общаться на английском языке в различных формах и на различные темы для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, способности понимать на слух высказывание собеседников в процессе общения, выражать собственные суждения в устной и письменной форме; а также владение различными приемами получения и передачи информации как в устном, так и в письменном общении;

Изучение дисциплины «Иностранный язык» ставит следующие **задачи**:

- Усвоение теоретического и практического материала по темам дисциплины.
- Формирование навыков устной и письменной речи с использованием специализированной лексики и терминологии.
 - формирование у студентов иноязычной компетенции как основы межкультурного и профессионального общения;
 - формирование умения самостоятельно работать с иностранным языком;

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОК-3: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	З1- усвоить стандартные формы устной и письменной коммуникации на иностранном языке; З2- усвоить различия между стандартами формальной и неформальной коммуникации на иностранном языке в устной и письменной формах.	У1- выбирать адекватные функциональному стилю коммуникативной ситуации языковые и текстовые средства выражения мысли и мнения на иностранном языке; У2- генерировать основные языковые формы с учетом знаний основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений первого иностранного языка и контекстах их употребления; У3- выбирать адекватные форме коммуникации языковые формы,	В1- различными способами устной и письменной коммуникации В2- навыками этикетного поведения в типичных ситуациях устного и письменного общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

		анализировать их структурные и функциональные особенности, корректировать их в соответствии с национальным стандартом литературного иностранного языка.	
--	--	---	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б.2 «Иностранный язык» относится к базовой части Блока Б1.Б «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение дисциплины «Иностранный язык» опирается на знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения родного и иностранного языка, а также литературы в общеобразовательной школе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины «Иностранный язык» в зачетных единицах составляет 9 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 100 часов, в том числе:

на занятия семинарского типа – 100 часов

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 188 часов.

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет;

2 семестр – зачет;

3 семестр – экзамен, 36 часов.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 24 часа, в том числе:

на занятия семинарского типа – 24 часа

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 294 часа.

Форма промежуточной аттестации:

2 семестр – зачет, 2 часа;

4 семестр – экзамен, 4 часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Коррективный курс

Тема 2. Economics

Тема 3. Business. Forms of organizing business

Тема 4. Business. The Sole Proprietor. Starting Business

Тема 5. Business. The Business Partnership

Тема 6. Business. Large Corporations

Тема 7. Management. Looking for a Job

Тема 8. Marketing. The Problems of Marketing

Тема 9. Accounting
Тема 10. Market
Тема 11. Banks and Finance
Тема 12. Tax System in Russia
Тема 13. Economics
Тема 14. Business planning
Тема 15. Management and logistics
Тема 16. Supply chain Management
Тема 17. Goods flow
Тема 18. Warehousing
Тема 19. Transportation planning
Тема 20. Financial flow
Тема 21. Newspaper style
Тема 22. Letter writing

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.ф.н., доцентом кафедры английского языка Хочавовой Ю.У.

Дисциплина «История»

Цель изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «История» является:

формирование у обучающихся комплексного представления об основных этапах и закономерностях исторического развития общества; формирование гражданско-патриотической позиции.

Задачами изучения дисциплины «История» являются:

- формирование общих представлений об основных этапах исторического развития общества;
- приобретение практического опыта работы с историческими источниками и их анализа;
- на примере исторического прошлого воспитание формирование гражданско-патриотической позиции

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-1	способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
ОК-10	готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма

Планируемые результаты обучения по дисциплине

<i>Код и формулировка компетенции</i>	<i>Компонентный состав компетенции</i>		
	<i>ЗНАТЬ</i>	<i>УМЕТЬ</i>	<i>ВЛАДЕТЬ</i>
ОК-1 способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	З1 главные этапы и закономерности исторического развития	У1 анализировать главные этапы и закономерности исторического развития	В1 навыками работы с источниками
ОК-10 готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма	З1 исторические факты и примеры проявления патриотизма	У1 проявлять гражданскую позицию	В1 навыками работы с источниками

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1. Б.3 «История» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 5 зачетных единиц (180 часов)

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 68 часов,

в том числе:

на занятия лекционного типа –34 ч.

на занятия семинарского типа –34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся составляет – 76 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 14 часов,

в том числе:

на занятия лекционного типа –6 ч.

на занятия семинарского типа –8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся составляет – 162 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Место истории в системе социально-гуманитарных наук.

Тема 2. Особенности становления государственности в России и мире. Возникновение Древнерусского государства (IX-X вв).

Тема 3. Средневековье как стадия исторического процесса в Западной Европе, на Востоке и в России.

Тема 4. Страны Европы в XIV-XV вв. Объединительные процессы на Руси.

Тема 5. Россия XVI-XVII в веках в контексте развития европейской цивилизации

Тема 6. Основные тенденции развития мирового исторического процесса в XVIII в. «Просвещенный абсолютизм» Екатерины II.

Тема 7. Модернизация и промышленный переворот в России XIX век.

Тема 8. Российская государственность на переломе: (конец XIX – первая треть XX в).
Российские революции: причины, этапы, итоги

Тема 9. Россия и мир в Первой мировой войне.

Тема 10. Социально-экономическое и политическое развитие СССР в 20 – 30-е гг. Внешняя политика.

Тема 11. Особенности международных отношений в конце 20-х - в 30-е годы XX века.

Тема 12. Вторая мировая война: причины, этапы, итоги.

Тема 13. СССР в годы Великой Отечественной войны (1941 – 1945).

Тема 14. СССР и мировое сообщество в послевоенные десятилетия. Период холодной войны
Тема 15. Внутренняя и внешняя политика СССР 1953-1964 гг.

Тема 16. Внутренняя и внешняя политика СССР в 1985-1991 гг. Конец холодной войны.

Тема 17. Становление новой российской государственности. Россия и мир в XXI веке.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры гуманитарных дисциплин Омаровой Г.А.

Дисциплина «Русский язык»

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Русский язык» является формирование способности к коммуникации в устной и письменной формах для повышения общей коммуникативной культуры будущего специалиста, обучение его практически правильно пользоваться в различных условиях русским литературным языком, четко и стилистически правильно выражать свои мысли.

Задачами изучения дисциплины «Русский язык» являются:

- корректировка, углубление и активизация знаний обучающихся по практической грамматике, что в совокупности обеспечит более высокий уровень всех видов речевой деятельности на русском языке;

- обогащение речи обучающихся новыми словами и оборотами, совершенствование стилистического строя речи;

- расширение общегуманитарного кругозора, опирающегося на владение богатым коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом русского языка;

- определение способов овладения обучающимися определенным лексическим минимумом в соответствии с будущей профессией;

- продуцирование связных, правильно построенных монологических текстов на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения;

- участие в диалогических и полилогических профессиональных, непрофессиональных ситуациях общения, установление речевого контакта, обмен информацией с другими членами языкового коллектива, связанными с говорящим различными социальными отношениями.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-3	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код формулировка компетенции	и	компонентный состав компетенции		
		знать:	уметь:	владеть:

<p>ОК-3: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p>	<p>31-понятия «Русский национальный язык» и «Литературный русский язык»; 32 - нормы современного русского литературного языка; 33 - специфику их использования в устной и письменной речи</p>	<p>У1 - применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; У2 - применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции;</p>	<p>В1 - нормами устной и письменной литературной речи; В2 - навыками правильного использования терминологии в учебно-профессиональной и официально-деловой сферах общения</p>
--	---	---	---

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Русский язык» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.Б.4 учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения школьного курса русского языка.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 34 часа, в том числе:

на занятия семинарского типа - 34 часа.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -74 часа.

Форма промежуточной аттестации:

экзамен -36 часов.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 8 часов, в том числе:

На занятия семинарского типа - 8 часов.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -132 часов

Форма промежуточной аттестации:

экзамен – 4часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Национальный русский язык. Литературный русский язык. Русский язык в современном мире

- Тема 2. Языковая норма, её роль в функционировании литературного языка.
- Типология норм
- Тема 3. Орфоэпические нормы
- Тема 4. Акцентологические нормы
- Тема 5. Орфографические нормы. Правописание гласных в корне слова, после шипящих и Ц
- Тема 6. Орфографические нормы. Правописание –н- / -нн- в словах разных частей речи
- Тема 7. Лексические нормы
- Тема 8. Лексико-фразеологические нормы
- Тема 9. Словообразовательные нормы
- Тема 10. Морфологические нормы. Трудные случаи имени существительного
- Тема 11. Морфологические нормы. Трудные случаи имени прилагательного, числительного, местоимения, глагола
- Тема 12. Синтаксические нормы. Словосочетание
- Тема 13. Синтаксические нормы. Предложение
- Тема 14. Пунктуационные нормы. Знаки препинания в простом предложении
- Тема 15. Пунктуационные нормы. Знаки препинания в сложном предложении
- Тема 16. Трудные случаи пунктуации
- Тема 17. Обобщение, систематизация пройденного по теме «Нормы современного русского литературного языка»

Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык» составлена д.ф.н., профессором кафедры английского языка Токтаровой Н.К.

Дисциплина «Экономическая теория»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Экономическая теория» является освоение студентами теоретических основ деятельности субъектов экономики на микроуровне, а также изучение основных макроэкономических проблем, стоящих перед национальной экономикой.

Задачи дисциплины:

- усвоение студентами основных положений экономической науки о народном хозяйстве, о потребностях людей и общества, путях их удовлетворения;
- формирование умений самостоятельно приобретать, усваивать и применять экономические знания;
- выработка у изучающих активной жизненной позиции по отношению к происходящим в стране и мире экономическим процессам;
- овладение навыками сопоставления различных подходов и точек зрения по конкретным проблемам, логичного формулирования самостоятельных выводов;
- понимание многообразия экономических процессов в современном мире, их взаимосвязи с социальными, экологическими, политическими и другими процессами, происходящими в обществе;
- способность к творческим подходам в решении профессиональных задач.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-2	Способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОК-2: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.	31 - закономерные и объективные основы функционирования базовых экономических понятий и поведение экономических агентов; 32 - основы функционирования экономических рынков; 33 - условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста; 34 - основной инструментарий для проведения расчетов экономических	У1 -анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро и макроуровне; У2 -интерпретировать данные отечественной статистики о социально-экономических явлениях; У3 - рассчитывать прибыль, рентабельность, уровень инфляции, величину денежной массы, фискальные и монетарные мультипликаторы; У4 - анализировать финансовую и	В1 - методами и приемами анализа экономических процессов с помощью графических моделей в экономике; В2 -мировоззренческой позицией, сформированной на базе экономических знаний на микро и макро уровне.

	показателей.	экономическую информацию.	
--	--------------	------------------------------	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б.1.Б.5 «Экономическая теория» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 96 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 32 ч.

на занятия семинарского типа – 64 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 84 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен - 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 20 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 6 ч.

на занятия семинарского типа – 14 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 228 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в экономическую теорию

Тема 2. Экономические потребности, блага и ресурсы

Тема 3. Сущность, функции, структура и инфраструктура рынка

Тема 4. Теория спроса и предложения

Тема 5. Эластичность спроса и предложения

Тема 6. Предприятие в системе рыночных отношений

Тема 7. Издержки предприятия

Тема 8. Основные формы доходов: прибыль, зарплата, процент, рента.

Тема 9. Рынок факторов производства

Тема 10. Деятельность фирм в условиях совершенной и несовершенной конкуренции

Тема 11. Совокупный спрос и совокупное предложение

Тема 12. Основные макроэкономические показатели

Тема 13. Экономический рост

Тема 14. Денежная система

Тема 15. Инфляция и антиинфляционное регулирование

Тема 16. Налоги и государственный бюджет

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры экономики Хирачигаджиевой М.М.

Дисциплина «Математика»

Цель изучения дисциплины

Цели дисциплины: научить применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

Задачи дисциплины:

- обучить студентов основам теоретической и практической математики;
- научить студентов анализировать и обобщать информацию, делать выводы;
- обучить студентов логически верно, аргументировано, и ясно строить устную и письменную речь
- освоить необходимый математический аппарат.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-2	способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ОПК 2. Способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	31–основы математического анализа; 32–основы дифференциального и интегрального исчисления.	У1–применять методы дифференциального и интегрального исчисления	В1 - основными методами решения типовых вычислительных задач

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Математика» относится к базовой части Блок 1 "Дисциплины (модули)" Б1.Б.6 учебного плана направления подготовки Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение курса математики на I курсе предполагает хорошее знание школьного курса математики, особенно владение тождественными преобразованиями алгебраических и тригонометрических выражений и знание свойств основных элементарных функций.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 7 зачетных единиц.

Очная форма обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 99 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – 33 ч.,

на занятия семинарского типа – 66 ч.,

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 117ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет;

2 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 20 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 6 ч.,

на занятия семинарского типа – 14 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 228ч.

Форма промежуточной аттестации:

1 курс – экзамен, 4ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в анализ.

Тема 2. Дифференциальное исчисление функций одной переменной.

Тема 3. Функции нескольких переменных.

Тема 4. Неопределенный интеграл.

Тема 5. Определенный интеграл.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры математики Рабадановой Р.К.

Дисциплина «Информатика»

Цель изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Информатика» являются:

- ✓ формирование способностей находить решение стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- ✓ развитие способности осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);
- ✓ формирование способности использовать основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и умения работать с компьютером как со средством управления информацией
- ✓ обучение принципам построения моделей,
- ✓ проведению анализа полученных результатов,
- ✓ применению современных информационных технологий в профессиональной деятельности,
- ✓ формирование у студентов знаний в области основных понятий информатики: технические и программные средства реализации информационных процессов; основы и методы защиты информации; информационно-коммуникационные технологии; структура программного обеспечения, средства и алгоритмы представления, хранения и обработки текстовой и числовой информации, мультимедиа среды и сетевые технологии.

Задачами дисциплины являются:

- ✓ приобретение систематических знаний в области теории информатики;
- ✓ теоретическое освоение знаний в области информационно-коммуникационных технологий;
- ✓ знакомство со средствами реализации информационных технологий (информационные, алгоритмические, математические, программные);
- ✓ освоение методов поиска и обмена информацией в глобальных и локальных компьютерных сетях;
- ✓ приобретение навыков работы с базами данных,
- ✓ научиться создавать документы и выполнять основные операции с текстом в текстовом процессоре и все работы, связанные с оформлением документа, а также пользоваться электронными таблицами, строить диаграммы и графики по полученным данным;
- ✓ овладеть навыками работы со средствами компьютерной графики.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Планируемые результаты обучения по дисциплине

<i>Код и формулировка компетенции</i>	<i>Компонентный состав компетенции</i>		
	<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть / Иметь практический опыт</i>
<p>ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>З1- основные понятия информатики; З2-современные средства вычислительной техники; З3 - основные методы, способы и средства получения, хранения и переработки информации; З4 -основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; З5- приемы и методы работы с основными прикладными программными средствами и информационными технологиями;</p>	<p>У1-работать на персональном компьютере У2- использовать информационно-коммуникационные технологии в учебной деятельности; У3-использовать программные средства офисного назначения для обработки экономической информации, включая информационную безопасности;</p>	<p>В1- специальной терминологией; В2- информационной и библиографической культурой; В3- навыками использования информационно-коммуникационных технологий; В4 - основными технологиями, способами и средствами создания, хранения, передачи информации с помощью информационных систем и компьютерных сетей; В5- основными методами информационной безопасности;</p>
<p>ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и</p>	<p>З1-основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; З2-возможности использования компьютерных сетей; З3- знание современного состояния и перспектив развития ИКТ в профессиональной деятельности, классов профессиональных задач, решаемых с использованием ИКТ</p>	<p>У1- выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей и проводить анализ результатов решения с обоснованием полученных выводов; У2- работать с информацией в процессе ее получения, накопления, кодирования и переработки, в создании на ее основе качественно новой</p>	<p>В1-навыками применения инструментария для решения экономических задач; В2- навыками работы с информацией; В3- средствами поиска и отбора профессионально значимой информации, поисковыми и справочными</p>

(или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.		информации, передаче практическом использовании.	ее и системами в сети Интернет; В4- принципами построения и использования сетевых структур, электронной почты и телекоммуникационных средств для хранения и передачи экономической информации.
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информатика» относится к базовой части Блока1 «Дисциплины (модули)» Б1.Б.7 учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в средней общеобразовательной школе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 7 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 99 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 33 ч.

на занятия семинарского типа – 66 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 117ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет;

2 семестр – экзамен, **36 ч.**

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 18 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 8 ч.

на занятия семинарского типа –10 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 230 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – экзамен, **4 ч.**

Содержание дисциплины

Тема 1: «Предмет и основные понятия информатики»

Тема 2: «Кодирование и измерение информации»

Тема 3: «Принципы устройства и работы ЭВМ»

Тема 4: «Периферийные устройства ЭВМ»

Тема 5: «Общая характеристика программного обеспечения информационных технологий. Операционная система Windows»

Тема 6: «Защита и резервирование информации. Компьютерные вирусы»

Тема 7: «Компьютерные сети»

Тема 8: «Глобальная сеть Интернет»

Тема 9: «Поиск информации в сети Интернет. Поисковые системы»

Тема 10: «Информационные модели»

Тема 11: «Классификация ЭВМ. Тенденции развития ЭВМ»

Тема 12: «Компьютерная графика»

Работа с документами в текстовом редакторе MS Word

Использование электронных таблиц Microsoft Excel как средство обработки данных

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана ст.преподавателем кафедры информатики Шихвеледовой Т.А.

Дисциплина «Экономика организации»

Целью изучения дисциплины «Экономика организации» является: формирование у студентов умений и навыков, необходимых для использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности.

В результате изучения данной дисциплины выпускник должен быть подготовлен к профессиональной деятельности, обеспечивающей способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Основными задачами изучения дисциплины «Экономика организации» являются:

- изучение понятийно-категориального аппарата экономических процессов и явлений на предприятии;
- ознакомление обучающихся с основами экономических знаний в различных сферах деятельности;
- обучение некоторым методикам расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- формирование навыков сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в различных сферах.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Экономика организации» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ОК-2: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	З1-базовые экономические понятия, объективные основы функционирования и поведения субъектов экономики - организаций З2- экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность предприятий	У1 - использовать экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; У2-решать типичные экономические задачи, связанные с профессиональной деятельностью в различных сферах деятельности	В1- навыками использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.8 «Экономика организации» относится к базовой части Блока 1 учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Основы маркетинга и предпринимательства», «Бухгалтерский учет».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для освоения таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность», «Мировая экономика», «Сервисная деятельность организаций» и др.

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся, на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет **64** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **32** ч.;

на занятия семинарского типа – **32** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **44** ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - **36** час.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет **10** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **4** ч.

на занятия семинарского типа – **6** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **132** ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет – **2** час.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Предмет, метод и содержание курса «Экономика организации»

Тема 2. Предприятие – основное звено экономики

Тема 3. Планирование деятельности коммерческих организаций

Тема 4. Основные фонды организации (предприятия)

Тема 5. Оборотные средства предприятия

Тема 6. Трудовые ресурсы организации

Тема 7. Издержки производства и себестоимость продукции. Издержки обращения торговой организации

Тема 8. Формирование цен на продукцию предприятия

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры экономики Мусаевой С.Х., старшим преподавателем кафедры экономики Амирхановой П.М.

Дисциплина «Статистика»

Цель изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является развитие статистического мышления. Для этого необходимо сформировать у студента знания специальных научных правил, методов и приемов сбора, хранения, анализа и обработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, проведения статистических исследований, анализа и обобщения их результатов, приобретение навыков прогнозирования.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОПК -4 Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, категории и инструменты статистики - этапы, виды и способы проведения статистического исследования и наблюдения - сбор информации; - методы и способы первичной обработки результатов статистического наблюдения, - методы анализа статистической информации 	<ul style="list-style-type: none"> - применять конкретные формы проявления статистических категорий, - правильно сформулировать методологические вопросы статистического исследования; - правильно выбрать методы и способы обработки, систематизации и представления результатов статистических обследований; -оценивать и соизмерять размеры явлений, правильно оценивать достигнутые результаты -правильно использовать способы анализа результатов статистических обследований 	<ul style="list-style-type: none"> - современным статистическим инструментарием сбора, обработки и анализа экономической информации

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Статистика» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.Б.9 учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 68 час, в том числе:

на занятия лекционного типа – 34 ч.

на занятия семинарского типа – 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 76 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 10 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 4 ч.

на занятия семинарского типа – 6 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 132 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет -2ч.

Содержание дисциплины

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОД СТАТИСТИЧЕСКОЙ НАУКИ

ТЕМА 2. СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

ТЕМА 3. СВОДКА И ГРУППИРОВКА СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

ТЕМА 4. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ТЕМА 5. СРЕДНИЕ ВЕЛИЧИНЫ В СТАТИСТИКЕ

ТЕМА 6. ПОКАЗАТЕЛИ ВАРИАЦИИ И АНАЛИЗ ЧАСТОТНЫХ РАСПРЕДЕЛЕНИЙ (РЯДЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ)

ТЕМА 7. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД В СТАТИСТИКЕ

ТЕМА 8. СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ

ТЕМА 9. СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ДИНАМИКИ (РЯДЫ ДИНАМИКИ)

ТЕМА 10. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНДЕКСЫ

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Анализ хозяйственной деятельности и аудит» Гловой В.Г.

Дисциплина «Бухгалтерский учет»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Бухгалтерский учет» является формирование у обучающихся способностей использовать основы экономических знаний в области методики, организации и ведения бухгалтерского учета для управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

Для достижения цели в процессе преподавания необходимо решение следующих задач:

- изучить концептуальные основы и общегосударственную регламентацию бухгалтерского учёта;
- обрести практические навыки идентификации, оценки, документального оформления и регистрации фактов хозяйственной деятельности в регистрах бухгалтерского учета;
- изучить методику ведения бухгалтерского учёта в организациях разных форм собственности, отраслевой принадлежности и функционального назначения;
- ознакомиться с перспективами и направлениями развития бухгалтерского учёта;
- овладеть основополагающими принципами мировой практики бухгалтерского учёта.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОК-2: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	З1 -цели и задачи бухгалтерского учета; З2 -предмет и объекты бухгалтерского учета; З3 -пользователей информации бухгалтерского учета.	У1 -использовать информацию, полученную в бухгалтерском учете для составления бухгалтерской отчетности; У2 -отражать на счетах бухгалтерского учета имущественное и финансовое положение организации; У3 -устанавливать идентичность	В1 -методами формирования бухгалтерской информации; В2 -правилами внесения исправлений в бухгалтерскую отчетность в случае выявления неправильного отражения хозяйственных операций; В3 -методами поиска нужной бухгалтерской информации.

		показателей бухгалтерских отчетов.	
ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	З1- способы бухгалтерского учета и порядок их применения; З2- теоретические аспекты проведения инвентаризации и отражения ее результатов.	У1- составлять бухгалтерские проводки в целом и по процессам хозяйственной деятельности организации; У2- проводить инвентаризацию имущества и источников организации; У3- методы оценки и нормирования ресурсов организации с целью минимизации их расхода.	В1- навыками группировки хозяйственных средств организации и методикой их отражения на счетах бухгалтерского учета; В2- техникой проведения инвентаризации и порядком оформления и отражения ее результатов в бухгалтерском учете организации.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.Б.10 «Бухгалтерский учет» относится к базовой части дисциплин учебного плана по направлению подготовки «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Математика», «Информатика», «Правоведение», «Экономическая теория», «Правовое регулирование профессиональной деятельности». При этом обучающийся должен владеть способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для успешного изучения следующих дисциплин образовательной программы по данному направлению подготовки: «Экономика организации», «Коммерческая деятельность».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **68** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **34** ч.

на занятия семинарского типа – **34** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **40** ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – **36** ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **14** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **6** ч.

на занятия семинарского типа – **8** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 126 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет и метод бухгалтерского учета. Бухгалтерский баланс.

Тема 2. Система счетов и двойная запись.

Тема 3. Учет основных средств.

Тема 4. Учет производственных запасов.

Тема 5. Учет затрат на производство продукции и калькулирование себестоимости.

Тема 6. Учет готовой продукции.

Тема 7. Учет денежных средств.

Тема 8. Учет труда и заработной платы.

Тема 9. Учет расчетов предприятия.

Тема 10. Учет собственного капитала и финансовых результатов.

Тема 11. Бухгалтерская отчетность.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Бухучет-2» Цахаевой Д.А.

Дисциплина «Менеджмент»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Менеджмент» является освоение обучающимися основных принципов и методов организации и управления предприятием, изучение, систематизация и закрепление основ теории и практики управления организациями в современных условиях хозяйствования, процессами принятия управленческих решений, ознакомление с современными методами и приемами управления организацией в условиях рыночной конкуренции; формирование знаний, умений и навыков организации системы управления персоналом на предприятиях; овладение знаниями, умениями и навыками разработки и реализации стратегии организации.

Задачи изучения дисциплины:

- понимать сущность, основные принципы и функции менеджмента;
- разбираться в основных проблемах и тенденциях современного менеджмента;
- овладеть навыками управления персоналом в современных организациях;
- определять роль и место менеджера в организации, знать требования к современному руководителю;
- уметь разрабатывать и реализовывать организационные стратегии;
- уметь применять полученные теоретические знания для решения конкретных управленческих задач.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-9	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-5: способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	31- принципы, функции и методы управления; 32 - роли, функции и задачи менеджера в современной организации; 33 - виды управленческих решений и методы их принятия;	У1 - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; У2 - выявлять сущность	В1 - методами реализации основных управленческих функций (планирование, организация, мотивирование и контроль); В2 - навыками составления стратегических и

	<p>34 - понятие и виды коммуникаций; 35 - сущность и виды власти; 36- основные элементы и функции организационной культуры; 37- значение контроля в менеджменте и его формы; 38 - основные теории мотивации, лидерства и власти; 314 – основные принципы управления персоналом организации</p>	<p>принципов, функций и методов управления; У3 - формулировать индивидуальные, групповые и организационные цели; У4 - разбираться в основных методах коммуникаций; У5 - применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; У6 - диагностировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, требующие принятия управленческих решений; У12 – применять современные технологии управления персоналом организации</p>	<p>тактических планов в системе менеджмента; В3 - основами моделирования ситуаций, а также разработки и принятия решений; В4 - оценкой эффективности менеджмента в организации; В5 - методологией принятия организационно-управленческих решений; В6 - способностью анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации; В7 - навыками применения эффективных систем мотивации персонала организации; В8 - методами и инструментами осуществления контроля реализации управленческих функций; В9 - методами и приёмами эффективной организации производства и деятельности персонала организации</p>
<p>ПК-9: готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>39 - сущность и основные составляющие процесса управления организацией; 310 - содержание процесса управления, существующие организационные структуры и методы</p>	<p>У8 - разрабатывать условия для реализации на практике принципов современного менеджмента; У9 - разрабатывать и реализовывать управленческие решения по</p>	<p>В10 - методами разработки и принятия управленческих решений; В11 - - навыками анализа и оценки корпоративных, функциональных стратегий</p>

	<p>их построения, направления совершенствования коммуникаций, методы управления конфликтами и рисками, а также достоинства и недостатки существующих моделей менеджмента, возможности использования зарубежного опыта в отечественной практике;</p> <p>311 - особенности практической реализации управленческих решений;</p> <p>312 - социально-экономические проблемы и процессы в организации, требующие принятия управленческих решений;</p> <p>313 - технологию разработки и реализации организационно-управленческих и экономических решений;</p> <p>315 - базовые (эталонные) стратегии развития предприятия; основные методы прогнозирования деятельности предприятия; основные этапы разработки стратегии организации;</p>	<p>построению организационных структур органов управления, налаживания коммуникаций, мотивации работников, разрешения конфликтов;</p> <p>У10 - решать возникающие управленческие проблемы в режиме реального времени;</p> <p>У11 - использовать полученные знания в области менеджмента в реализации профессиональных навыков;</p> <p>У13 - использовать полученные знания по обоснованию и разработке стратегии организации; квалифицированно формулировать миссию, стратегические цели и задачи организации, а также творчески разрабатывать стратегические планы, программы, проекты и осуществлять контроль за их реализацией; проектировать систему управления реализацией стратегии организации.</p>	<p>предприятия; навыками по разработке и осуществлению стратегии как необходимого элемента управления в современных условиях;</p> <p>стратегическим инструментарием, используемым при анализе стратегических альтернатив и выборе стратегии</p>
--	--	--	---

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.11 «Менеджмент» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин «Экономическая теория».

В свою очередь, изучение дисциплины «Микроэкономика» является необходимой основой для освоения таких дисциплин, как «Этика делового общения», «Информационный менеджмент», «Управление маркетингом».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетных единиц

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную форму обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 48 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 16 часов;
- на занятия семинарского типа – 32 часа;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 24 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную форму обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 10 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 4 часов;
- на занятия семинарского типа – 6 часа;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 60 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 2 ч..

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в менеджмент

Тема 2. Природа управления и исторические тенденции его развития

Тема 3. Организация как субъект управления. Внутренняя и внешняя среда организации

Тема 4. Планирование и прогнозирование в системе управления

Тема 5. Организация как функция управления

Тема 6. Мотивация в системе управления организацией

Тема 7. Контроль в системе менеджмента

Тема 8. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента

Тема 9. Разработка и принятие управленческих решений

Тема 10. Групповая динамика. Формальные и неформальные организации

Тема 11. Руководство, лидерство, власть, влияние

Тема 12. Управление конфликтами и стрессами в организации

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Менеджмент» Магомедовым М.Ш.

Дисциплина «Сетевая экономика»

Цель изучения дисциплины

Цель дисциплины - ознакомить студента с основными элементами Интернет-экономики (ИТ предпринимателей, менеджеров, маркетологов), изучить проблемы сетевой коммерции и ценообразования в сетях, научить рассчитывать экономическую эффективность сетей.

Задачи дисциплины

- ознакомление с основными понятиями Интернет-экономики;
- изучение функций электронных служб;
- изучение моделей ценообразования в сетях;
- изучение моделей электронной коммерции;
- выполнение расчетов по оценке стоимости коммуникаций;
- ознакомление с электронными платежными системами, процессами лицензирования и страхования распределенного обслуживания.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	31 – основы экономических знаний в сфере сетевой экономики; 32 - основные понятия и тенденции развития Интернет-экономики; 33 – основные социально-экономические процессы, возникающие в связи с развитием деятельности в сетевом пространстве;	У1 – формулировать экономические цели, задачи, оценивать выгоды и затраты деятельности в интернет-пространстве; У2 - применять системный подход для решения прикладных задач в сфере сетевой экономики.	В1 – навыками самостоятельного приобретения новых знаний и умений деятельности в сети интернет; В2 - навыками экономических расчетов; В3- навыками формулирования целей и задач экономической деятельности в сети интернет.
ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации,	31 - основные способы самостоятельного приобретения новых знаний и умений, свя-	У1 - самостоятельно организовывать свою деятельность в глобальной компьютер-	В1 - навыками разработки бизнес-проектов деятельности в сети интернет;

<p>необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товарной, или торговой-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией</p>	<p>занных с деятельностью в сетевом пространстве; 32 - основные виды информационных-коммуникационных технологий, необходимых для осуществления деятельности в интернет-пространстве; 33 -задачи ведения бизнеса в сетевой экономике, решаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (знание основ организации торговли, платежных систем в сети, систем взаимодействия партнеров в сети интернет и др.).</p>	<p>ной сети; У2 - применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения задач в сфере электронного бизнеса, услуг общественного и частного потребления с учетом основных требований информационной безопасности.</p>	<p>В2 – навыками поиска информации с применение информационно-коммуникационных технологий</p>
---	---	--	---

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б 12 «Сетевая экономика» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки по дисциплинам «Информатика», «Информационные технологии в управлении», «Инновационный маркетинг», «Основы маркетинга и предпринимательства».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Система управления продажами», «Управление маркетингом».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетные единицы (72 часа)..

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 32 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – 16 ч.

на занятия семинарского типа – 16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 40 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 6 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 2 ч.

на занятия семинарского типа – 4 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 64 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 2 часа

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия и категории сетевой экономики

Тема 2. Введение в сетевую экономику

Тема 3. Электронная коммерция и её место в сетевой экономике

Тема 4. Особенности хозяйственной деятельности в Интернет – среде

Тема 5. Природа электронных денег

Тема 6. Психология биржевой игры.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» Эминовой Н.Э.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности»

Цель изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» — формирование у студентов готовности к практическому использованию средств защиты и приемов первой помощи в условиях ЧС и культуры безопасности, представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека.

Задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»:

1. Дать студентам теоретические знания и практические навыки, необходимые для:
 - создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека;
 - идентификации негативных факторов ЧС природного, техногенного, биологического и социального происхождения;
 - выбора и применения способов и средств защиты человека от негативных факторов и возможных последствий ЧС;
 - прогнозирования развития негативных воздействий факторов ЧС на окружающую среду и человека, и оценки последствий их воздействия.
2. Обучить приемам первой помощи для сохранения жизни и здоровья пострадавших в ЧС.
3. Формирование культуры безопасности, готовности и способности принимать рациональные решения по защите и оказанию первой помощи в условиях ЧС мирного и военного времени.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ОК-8: готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	31 - основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности; теоретические основы безопасности жизнедеятельности при ЧС; возможные последствия аварий,	У1 - идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности; У2 - принимать решения по	В1 - законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; основными методами защиты производственного персонала и населения при возникновении ЧС; В2 - приемами оказания первой помощи пострадавшим в ЧС и экстремальных

	<p>катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения; правовые;</p> <p>32 - нормативно-технические и организационные основы обеспечения охраны труда и безопасности жизнедеятельности;</p> <p>33 - анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов и приемы первой помощи; методы защиты населения при ЧС.</p>	<p>целесообразным действиям в ЧС; распознавать жизненные нарушения при неотложных состояниях и травмах; УЗ - обеспечивать охрану труда, безопасность жизнедеятельности при осуществлении профессиональной деятельности и защите окружающей среды; оказывать первую помощь пострадавшим.</p>	<p>ситуациях; способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; приемами и способами использования индивидуальных средств защиты в ЧС;</p> <p>ВЗ - понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности, охраны труда и защиты окружающей среды.</p>
--	---	---	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1. Б.13 «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **6 зачетных единиц**.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 48 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 32 ч.

практические занятия – 16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 168 ч.

Форма промежуточной аттестации: 2 семестр-зачет

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 10 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 4 ч.

практические занятия – 6 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 204 ч.

Форма промежуточной аттестации: 1 семестр-зачет

Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы и основные понятия и определения дисциплины «Безопасности жизнедеятельности».

Тема 2. Основы физиологии труда. Микроклимат и комфортные условия жизнедеятельности.

Тема 3. Вредные факторы производственной среды. Методы и средства обеспечения безопасности жизнедеятельности и охраны труда.

Тема 4. Электромагнитные поля (ЭМП) и ионизирующие излучения. Защитные мероприятия и способы оказания первой помощи.

Тема 5. Электробезопасность. Защитные мероприятия и способы оказания первой помощи.

Тема 6. Пожарная безопасность. Защитные мероприятия и способы оказания первой помощи.

Тема 7. Безопасность жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени. Оказание первой помощи пострадавшим в ЧС.

Тема 8. Правовые, нормативно-технические, организационные основы обеспечения охраны труда, БЖД, техники безопасности. Международное сотрудничество в области БЖД.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.б.н., доцентом кафедры естественнонаучных дисциплин Халимбековой А.М.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

Цель изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются:

– Формирование способности решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности приобретение умения использовать информационные технологии для получения, обработки и передачи информации в области экономики;

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

Основными задачами изучения данной дисциплины являются:

– дать обучающимся общее представление о современных информационных технологиях, тенденциях их развития, а также их конкретных реализациях;

– сформировать навыки работы с практическими инструментами экономиста, программными комплексами и информационными ресурсами с учетом основных требований информационной безопасности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знает:	умеет:	владеет:

<p>ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>31- основы информационных технологий и информационных систем; 32 - основные требования информационной безопасности; 33 - функциональные возможности основных информационно-коммуникационных технологий, применяемых для решения профессиональных задач,</p>	<p>У1- свободно манипулировать информацией на ПК; У2- пользоваться справочно-поисковым аппаратом библиотеки и Интернет-ресурсами; У3- разрабатывать систему защиты компьютерной информации;</p>	<p>В1- информационной и библиографической культурой; В2- навыками работы с компьютером как средством управления информацией; В3- основными технологиями, способами и средствами создания, хранения, передачи информации с помощью прикладного программного обеспечения и компьютерных сетей; В4- - методами и способами защиты информации;</p>
<p>ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.</p>	<p>31-основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; 32- возможности использования компьютерных сетей;</p>	<p>У1- выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей и проводить анализ результатов решения с обоснованием полученных выводов; У2- работать с информацией в процессе ее получения, накопления, кодирования и переработки, в создании на ее основе качественно новой информации, ее передаче и практическом использовании;</p>	<p>В1- средствами поиска и отбора профессионально значимой информации, поисковыми и справочными системами в сети Интернет;</p>

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.14 «Информационные технологии в профессиональной деятельности» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности». Для освоения

дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные у обучающихся в средней общеобразовательной школе, а также после изучения дисциплины «Информатика»

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 48 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 16 ч.

на занятия семинарского типа – 32 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 24 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 10 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 2 ч.

на занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 94 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационные системы и технологии. Их классификация в организационном управлении.

Тема 2. Информационные системы и технологии в торговом деле

Тема 3. Техническое обеспечение и программное обеспечение информационной системы.

Тема 4. Жизненный цикл информационной системы.

Тема 5. Телекоммуникационные системы.

Тема 6. Защита информации в информационных системах. Методы и средства защиты.

Тема 7. Базы данных. СУБД. Модели баз данных.

1С Предприятие

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана ст.преподавателем кафедры информатики Адулаевой З.К.

Дисциплина «Физическая культура и спорт»

Цель изучения дисциплины

Цель дисциплины – формирование физической культуры личности, приобретение практических навыков и опыта самостоятельного использования разнообразных средств и методов физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры и спорта в развитии личности и подготовке к будущей профессиональной деятельности;
- получение знаний по теории и методике физической культуры и спорта, основам здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование;
- овладение системой методико-практических умений и навыков, обеспечивающих развитие двигательных способностей и морфофункционального состояния, сохранение и укрепление здоровья, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно- спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Основной целью дисциплины является достижение следующих образовательных результатов:

Знать: научно-практические основы физической культуры и спорта, здорового образа жизни

Уметь: творчески использовать средства и методы физической культуры и спорта для физического самосовершенствования, формирования здорового образа жизни, обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Владеть: средствами и методами физической культуры и спорта для укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования; ценностями физической культуры и спорта для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-7	способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Физическая культура и спорт» относится к базовой части Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». Является обязательным разделом образования и направлена на формирование физической культуры личности обучаемого, подготовку к социально-профессиональной деятельности, сохранение и укрепление здоровья.

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в общеобразовательной школе по физической культуре, ОБЖ.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Объем дисциплины составляет 72 часа (2 зачетные единицы).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 66 часов, в том числе:

на занятия семинарского типа – 66 ч.

Количество часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 6 ч.

Форма промежуточной аттестации –

1 семестр – зачет,

2 семестр – зачет.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 8 часов, в том числе:

на занятия семинарского типа – 6 ч.

Количество часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 64 ч.

Форма промежуточной аттестации –

1 курс - зачет 2 ч.;

2 курс – зачет 2ч.;

3 курс – зачет 2ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

Тема 2. Возможность и условия коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте

Тема 3. Социально-биологические основы физической культуры.

Тема 4. Основы здорового образа жизни студента. Роль физической культуры в обеспечении здоровья.

Тема 5. Диагностика и самодиагностика занимающихся физическими упражнениями и спортом

Тема 6. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.

Тема 7. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.

Тема 8. Студенческий спорт. Выбор видов спорта, особенности занятий избранным видом спорта

Тема 9. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.

Тема 10. Спортивные и подвижные игры. История становления и развития Олимпийского движения

Тема 11. Особенности режимов питания, распорядка дня, противодействия неблагоприятным факторам среды вредным привычкам при занятиях физической культурой и спортом

Тема 12. Критерии эффективности здорового образа жизни.

Тема 13. Реабилитация в физкультурно-спортивной и профессиональной деятельности.

Тема 14. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов

Тема 15. Самоконтроль студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом.

Тема 16. Восстановительные процессы в физической культуре и спорте.

Тема 17. Массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Правила поведения студентов-болельщиков на соревнованиях. Воспитание толерантности.

Тема 18. Основы методики проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры физической культуры Ибрагимовой О.А.

Дисциплина «Компьютерные программы в торговле»

Цели и задачи изучения дисциплины

Целями дисциплины являются формирование способности решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; способности осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

Основными задачами изучения данной дисциплины являются:

- использовать информационные технологии для получения, обработки и передачи информации в области экономики;
- дать обучающимся общее представление о современных информационных технологиях, тенденциях их развития, а также их конкретных реализациях, с учетом основных требований информационной безопасности;
- сформировать навыки работы с практическими инструментами экономиста, программными комплексами и информационными ресурсами.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных	<p>З1- основы информационных технологий;</p> <p>З3 - базовые элементы системы и основные понятия «1С:Предприятие»;</p> <p>З3-основные принципы и требования информационной безопасности при работе в</p>	<p>У1- пользоваться справочно-поисковым аппаратом библиотеки и Интернет-ресурсами;</p> <p>У2- пользоваться справочно-поисковым аппаратом библиотеки и Интернет-ресурсами;</p> <p>У3- разрабатывать систему защиты компьютерной инфор-</p>	<p>В1- форми представления информации в системе «1С:Предприятие 8»;</p> <p>В2- информационной и библиографической культурой;</p> <p>В3- метода-</p>

технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ИС;	мации	ми работы с информационной базой как средством управления информацией;
ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговотехнологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.	31- средства сбора, хранения, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; 32- основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.	У1- применять методы и средства переработки информации необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью У2 - решать прикладные задачи с использованием предметных информационных технологий;	В1- современными методами и средствами обработки и хранения информации для организации и управления профессиональной деятельностью;

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.16 «Компьютерные программы в торговле» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные у обучающихся в средней общеобразовательной школе, а также после изучения дисциплины «Информатика».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 100, в том числе:

на занятия лекционного типа -50ч.

практические занятия- 50ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -44ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Заочная форма обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 10, в том числе:

на занятия лекционного типа -4ч.

практические занятия- 6ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -132ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Знакомство с конфигурацией «Управление Торговлей 8».

Тема 2. Заполнение справочников.

Тема 3. Ввод сведений об организации.

Тема 4. Учет товаров и услуг.

Тема 5. Банковские операции.

Тема 6. Продажи.

Тема 7. Учет кассовых операций.

Тема 8. Складские операции

Тема 9. Ценообразование.

Тема 10. Отчетность.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана ст.преподавателем кафедры информатики Раджабовым М.А.

Дисциплина «Этика делового общения»

Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины ««Этика делового общения»» является формирование у студентов компетенций, позволяющих им работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Задачи изучения дисциплины:

- привить понимания общественной значимости деловых отношений,
- привить знания о правильности ведения деловой переписки,
- научить основным принципам поведения при трудоустройстве, и в получении навыков прохождения собеседований при приеме на работу,
- помочь сформировать представление о нормах, ценностях, психологических качествах, определяющих поведение людей в профессиональной деятельности, при деловом общении;
- ознакомить методами организации электронных коммуникаций и со справочными электронными системами;
- овладение навыками проведения совещаний и деловой переписки;
- ознакомить навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.
- привить навыками подготовки нормативных документов для делового общения;
- привить навыки общения с деловыми партнерами, проведения с ними переговоров и заключения договоров

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знает:	умеет:	владеет:
ОК-4: способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	З1 – закономерности формирования социальных структур, социальных общностей, социальных институтов; воздействия социальных структур на социальное	У2 – оказывать управляющее воздействие на развитие социальных процессов внутри организации, социальной группы; У2 - использовать социальные нормы в профессиональной и общественной деятельности;	В3 – приемами анализа конкретных социальных ситуаций в профессиональной деятельности; В2 - навыками работы в коллективе; В3 - приемами толкования социальных норм; В4 - приемами анализа культурных различий.

	поведение личности, формирование ее статусной позиций; 32 - виды и пути развития социальных процессов, изменения в общественной системе в ходе их осуществления; 33 - факторы развития личности в процессе социализации, формирования ее социальной позиции; 34 - особенности протекания интеграционных процессов в мировом сообществе, глобальные проблемы, возникающие перед человечеством.		
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	31 - основные принципы ведения переговоров; 32 - индивидуально-личностные особенности деловых партнеров; 33 - особенности заключения договоров.	У1 - применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат в профессиональной деятельности; У2 - выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнении.	В1 - навыками подготовки нормативных документов для делового общения; В2 - навыками общения с деловыми партнерами, проведения с ними переговоров и заключения договоров.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б.17 «Этика делового общения» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направлению подготовки «Торговое дело» (квалификация степень «Бакалавр»).

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные в процессе освоения дисциплины «Психология бизнеса», «Менеджмент». В свою очередь, изучение дисциплины «Этика делового общения» является необходимой основой для освоения такой дисциплины, как «Маркетинг», «Язык рекламы», «Основы маркетинга и предпринимательства».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачётных единицах составляет 3 зачётные единицы

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 34 часа, в том числе:

лекционного типа – 17 ч.

семинарского типа – 17 ч.

количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 74 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Отдельные практические занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 6 часов, в том числе:

лекционного типа – 2 ч.

семинарского типа – 4 ч.

количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 100 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2 ч.

Отдельные практические занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

Содержание дисциплины

Тема 1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности

Тема 2. Слушание в деловой коммуникации

Тема 3. Невербальные средства коммуникации. Организация пространственной среды.

Тема 4. Сознательное/бессознательное и ложь в речевой коммуникации.

Тема 5. Манипуляции в общении.

Тема 6. Гендерный аспект коммуникативного поведения.

Тема 7. Критика и комплименты в деловой коммуникации в деловой коммуникации.

Тема 8. Вопросы и ответы в деловой коммуникации.

Тема 9. Барьеры в общении

Тема 10. Публичная речь

Тема 11. Психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров

Тема 12. Русский речевой этикет

Тема 13. Формы деловой коммуникации: правила убеждения

Тема 14. Деловая беседа по телефону

Тема 15. Дискуссия и деловые переговоры

Тема 16. Деловые совещания. Презентации

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.п.н., доцентом кафедры «Менеджмент» Шапиевой А.С.

Дисциплины «Психология бизнеса»

Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучению дисциплины «Психология бизнеса» является формирование у студентов компетенций, формирующих у них способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, способность к самоорганизации и самообразованию, владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановка цели и выбору путей ее достижения.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у обучаемых психологические особенности управленческой деятельности руководителя;
- формирование у обучаемых психологические аспекты принятия управленческого решения;
- научить владеть методами психологии управления в организации управленческих команд;
- научить обучающихся социально-психологическим механизмам управления групповыми явлениями и процессами;
- ознакомить с методами принятия индивидуальных и коллективных решений;
- изучить специфику регуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности;
- ознакомить обучающихся основным видам конфликтов в управленческой деятельности и стратегии и научить успешному их разрешению.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОК-9	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знает:	умеет:	владеет:
ОК-4: способно сть работать в команде, торелантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональн ые и культурные различия	34 - теории лидерства и руководства в современной психологии управления; 35 - психологические особенности управленческой деятельности руководителя; 36 - психологические аспекты принятия управленческого решения	У2 - использовать теоретические основы построения управленческой деятельности с учетом её социально- психологических характеристик в управлении организацией; У3 - использовать методы психологии управления в	В4 - методами принятия индивидуальн ых и коллективных решений;

		организации управленческих команд; У5 - использовать социально-психологические механизмы управления групповыми явлениями и процессами;	
ОК-5: способность к самоорганизации и самообразованию	37 - специфику регуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности; 39 - основные виды конфликтов в управленческой деятельности и стратегии их разрешения.	У3 - использовать методы психологии управления в организации управленческих команд; У5 - использовать социально-психологические механизмы управления групповыми явлениями и процессами;	В5 - способами реализации мотива власти; В6 - приемами эмоционально-волевой регуляции состояний в управленческой деятельности; В7 - методами преодоления конфликтных ситуаций;
ОК-9: владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели выбору путей её достижения	35 - психологические особенности управленческой деятельности руководителя; 36 - психологические аспекты принятия управленческого решения;	У3 - использовать методы психологии управления в организации управленческих команд; У5 - использовать социально-психологические механизмы управления групповыми явлениями и процессами;	В4 - методами принятия индивидуальных и коллективных решений;

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б.18 «Психология бизнеса» относится к базовой части к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направлению подготовки «Торговое дело» (квалификация степень «Бакалавр»).

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные в процессе освоения дисциплины «Психология», «Этика делового общения». В свою очередь, изучение дисциплины «Психология бизнеса» является необходимой основой для освоения такой дисциплины, как «Маркетинг», «Язык рекламы», «Основы маркетинга и предпринимательства».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачётных единицах составляет 3 зачётных единиц

Очная форма обучения

Количество академических часов выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 34 часа, в том числе:

Лекционного типа -17 часов

Семинарского типа – 17 часов

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 74 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Отдельные практические занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

Заочная форма обучения

Количество академических часов выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 6 часов, в том числе:

Лекционного типа - 4 часа

Семинарского типа – 2 часа

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 100 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2 ч.

Отдельные практические занятия по дисциплине реализуются в форме практической подготовки.

Содержание дисциплины

Тема 1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы, место в системе наук, история становления.

Тема 2. Психологические аспекты анализа бизнеса как деятельности

Тема 2. Психологические аспекты анализа бизнеса как деятельности

Тема 3. Социально-психологические характеристики личности предпринимателя

Тема 4. Особенности протекания психических процессов в бизнесе.*

Тема 5. Психологические аспекты организации успешной деятельности

Тема 6. Основы эффективного руководства бизнес-процессами

Тема 7. Психологические особенности коммуникативных процессов в деятельности

Тема 8. Психология подбора персонала и найма на работу. Особенности принятия решений в бизнесе *

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.п.н., доцентом кафедры «Менеджмент» Шапиевой А.С.

Дисциплина «Основы предпринимательства»

Целью изучения дисциплины «Основы предпринимательства» является формирование у студентов умений и навыков, необходимых для расчета и анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; для организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта.

В результате изучения данной дисциплины выпускник должен быть подготовлен к профессиональной деятельности, позволяющей эффективно организовать деятельность малой группы на основе расчета и анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

Основными задачами изучения дисциплины «Основы предпринимательства» являются:

- обучение способам организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта;
- изучение понятийно-категориального аппарата экономических процессов и явлений, экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- обучение типовым методикам расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Основы предпринимательства» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ОК-2: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	31-базовые экономические понятия, объективные основы функционирования и поведения субъектов экономики - организаций 32- экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность	У1 - использовать экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; У2-решать типичные экономические задачи, связанные с профессиональной деятельностью в различных сферах деятельности	В1- навыками использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности

	предприятий		
--	-------------	--	--

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций				
	Тема 1. Введение в дисциплину "Основы предпринимательства"	Тема 2. Виды предпринимательства. Современная сетевая экономика	Тема 3. Основные организационно-правовые формы предпринимательства	Тема 4. Методика создания бизнеса	Тема 5. Бизнес – план предприятия
ОК-2	+	+	+	+	+

код компетенции	Этапы формирования компетенций				
	Тема 6. Принятие решений в процессе управления организацией	Тема 7. Ответственность предпринимателя	Тема 8. Предпринимательский риск и методы управления им	Тема 9. Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности	Тема 10. Имидж фирмы и его роль в бизнесе
ОК-2	+	+	+	+	+

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы предпринимательства» относится к вариативной части учебного плана Б1.Б.19 по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг». и является дисциплиной по выбору.

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Бухгалтерский учет», «Организация торговли» «Менеджмент», «Маркетинг» и др.

В свою очередь, изучение дисциплины «Основы предпринимательства» является необходимой основой освоения таких дисциплин, как «Сетевая экономика», «Финансовый маркетинг», «Международная торговля» и др.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет **68** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **34** ч.;

на занятия семинарского типа – **34** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **166** ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен - **54** ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет **12** часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – **4** ч.

на занятия семинарского типа – **8** ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **272** ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – **4** ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину «Основы предпринимательства»

Тема 2. Виды предпринимательства. Современная сетевая экономика

Тема 3. Основные организационно-правовые формы фирмы

Тема 4. Методика создания бизнеса

Тема 5. Бизнес – план предприятия

Тема 6. Принятие решений в процессе управления организацией

Тема 7. Ответственность предпринимателя

Тема 8. Предпринимательский риск и методы управления им

Тема 9. Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности

Тема 10. Имидж фирмы и его роль в бизнесе

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры экономики Амирхановой П.М.

Дисциплина «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Правовое регулирование профессиональной деятельности» является формирование у обучающихся способности использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, а также умения пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовности к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

По итогам изучения дисциплины «Правовое регулирование профессиональной деятельности» обучающийся должен иметь представление о типах и формах профессиональной деятельности, правовом положении субъектов правоотношений в сфере профессиональной деятельности, законодательных и иных правовых актах, регулирующих правоотношения в процессе профессиональной деятельности, правах и обязанностях работников в сфере профессиональной деятельности, способах защиты своих прав на основе действующего законодательства.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-6	Способен использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-3	Умеет пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готов к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОК-6: Способен использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	З1 –общеправовые нормы в различных сферах деятельности; З2 – законодательные и иные нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности; З3 – способы применения общеправовых знаний в различных сферах деятельности, в том числе с учетом экономической политики государства,	У1 –анализировать роль общеправовых знаний в коммерческой деятельности физических и юридических лиц; У2 – использовать необходимые нормативные документы; У3 – применять общеправовые знания в различных сферах деятельности с учетом экономической политики государства, международного и	В1 –юридической терминологией; В2 – навыком анализа роли общеправовых знаний в коммерческой деятельности; В3 – технологией применения общеправовых знаний в различных сферах деятельности с учетом экономической политики государства, международного и российского права.

	международного и российского права.	российского права.	
ОПК-3: Умеет пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готов к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	З1 – основы правового статуса субъектов коммерческой деятельности; З2 – правовой порядок создания, регистрации, лицензирования, реорганизации и ликвидации субъектов коммерческой деятельности; З3 – наименования и основное содержание основных нормативно-правовых актов, регулирующих коммерческую деятельность; З4 – особенности отдельных коммерческих сделок и договоров; З5 – понятие и сущность судебной и правоприменительной практики в области коммерческой деятельности.	У1 – различать особенности классификации основных субъектов коммерческой деятельности; У2 – толковать значение основных актов правоприменительной практики в области коммерческой деятельности, в том числе связанных с применением юридических санкций к участникам данной деятельности; У3 – толковать содержание основных коммерческих договоров; У4 –применять в профессиональной деятельности основные нормативно-правовые акты, регулирующие коммерческую деятельность.	В1 – основным правовым терминологическим аппаратом, связанным с регулированием коммерческих правоотношений; В2 – основными способами толкования нормативно-правовых актов, связанных с коммерческой деятельностью; В3 – методами работы с нормативными правовыми актами и иными документами, регулирующими коммерческие правоотношения; В4 – способами оценки законности собственного поведения и поведения других участников в профессиональной коммерческой деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовое регулирование профессиональной деятельности» относится к базовой части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение дисциплины должно содействовать формированию у обучающихся профессионального мышления, выработке умения и навыков по применению норм российского законодательства в сфере профессиональной деятельности.

Изучение данного курса предполагает наличие базовых знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в процессе освоения дисциплины «Правоведение».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 34 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа - 17 ч.

на занятия семинарского типа - 17 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 38 ч.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 6 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа - 2 ч.

на занятия семинарского типа - 4 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 64 ч.

Форма промежуточной аттестации – зачет, 2 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Правовое регулирование экономических отношений.

Тема 2. Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности.

Тема 3. Правовое регулирование договорных отношений в сфере предпринимательской деятельности.

Тема 4. Трудовое право как отрасль права.

Тема 5. Трудовой договор.

Тема 6. Трудовая дисциплина.

Тема 7. Материальная ответственность сторон трудового договора.

Тема 8. Трудовые споры и порядок их разрешения.

Тема 9. Административные правонарушения и административная ответственность.

Тема 10. Экономические споры.

Тема 11. Экономические преступления.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана доцентом кафедры государственно-правовых дисциплин Гасановой З.Г.

Дисциплина «Копирайтинг»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Копирайтинг» является оценка информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью, в том числе выработка навыков работы с текстами (написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании).

Задачами изучения дисциплины «Копирайтинг» являются:

- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
- научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
- сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Копирайтинг» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК: ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	31 – методы сбора и обработки рекламной информации	У1 – работам с компьютером как со средством создания рекламного текста	В1 – методами управления поведением потребителей через рекламный текст
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			

ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	32 – методами формирования спроса при помощи рекламного текста.	У2 – формулировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании.	В2 – навыками работы с рекламными и PR-текстами.
---	--	---	---

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.21 «Копирайтинг» относится к обязательным дисциплинам учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность», «Язык рекламы».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 51 часа,
в том числе: для занятий лекционного типа 17 ч.
для занятий семинарского типа 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 57 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр - зачет

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 12 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 6 ч.
для занятий семинарского типа 6 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 94 ч.

Формы промежуточной аттестации: зачет 2ч

Содержание дисциплины

Тема 1. Копирайтинг: предмет, цели и основные задачи, современные технологии

Тема 2. Текст в рекламе: статья, слоган, коммерческое имя. Свойства рекламного и PR текстов

Тема 3. Аргументативные средства копирайтинга. Вербальный ряд рекламного и PR-текстов

Тема 4. Структура рекламного текста. Невербальный ряд рекламного и PR-текстов

Тема 5. Этические аспекты профессии копирайтера

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Организация торговли»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Организация торговли» является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в освоении теоретических знаний в области организации торговой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли, а также приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности на предприятиях сферы потребительского рынка и формирование необходимых компетенций в области торговой профессиональной деятельности бакалавров по направлению «Торговое дело» профиля «Маркетинг».

Задачами изучения дисциплины «Организация торговли» являются:

- изучение требований к организации и осуществлению торговой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли;
- освоение информационно-методического обеспечения торговой деятельности разных видов торговых предприятий с целью ее оптимизации;
- овладение методами планирования и организации процессов закупки, поставки, товародвижения и продаж товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли;
- освоение методов управления товарным ассортиментом с учетом вида и типа торгового предприятия;
- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов торгово-посреднического звена.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	этапы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи (сбыта) товаров – З-1	организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу (сбыт) товаров – У-1	навыками оценки эффективности процесса управления товарными запасами- В-1
ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества	содержание и этапы процесса торгового обслуживания на предприятии – З-2	оценить и обеспечить уровень качества торгового обслуживания на предприятии – У-2	методами оценки уровня качества торгового обслуживания на предприятии – В-2

торгового обслуживания			
------------------------	--	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.Б.22 «Организация торговли» относится к обязательным дисциплинам базовой части Блок Б1 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *4 зачетные единицы*.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 90 часа, в том числе:

На занятия лекционного типа - 49 часов;

На занятия семинарского типа -41 часа;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -18 ч.

Форма промежуточной аттестации:

6 семестр – зачет

7 семестр – зачет

8 семестр – экзамен – 36 часов.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *20 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа – *10 часов*;

На занятия семинарского типа –*10 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *118 часа*,

Форма промежуточной аттестации:

зачет - 2 часа,

экзамен – 4 часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие торговой деятельности

Тема 2. Сфера применения торговой деятельности

Тема 3. Особенности деятельности в оптовой торговле

Тема 4. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле

Тема 5. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие

Тема 6. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров

Тема 7. Особенности работы предприятий розничной торговли

Тема 8. Организация и управление деятельностью предприятия розничной торговли

Тема 9. Инновации в торговой деятельности

Тема 10. Организация и управление торгово-посреднической деятельностью на рынке товаров

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Управление товарным ассортиментом и запасами»

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление товарным ассортиментом и запасами» является формирование теоретических знаний об основных концепциях и методах управления товарным ассортиментом и запасами, а также развитие практических навыков эффективного управления товарным ассортиментом и запасами организациями торговли.

Задачами изучения дисциплины являются:

1. усвоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
2. рассмотрение целей, задач и принципов управления товарным ассортиментом на торговом предприятии;
3. определение товарных категорий как объектов категорийного менеджмента;
4. изучение концепций товарного менеджмента и выявление их отличий от классических концепций управления торговым ассортиментом;
5. рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
6. формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Управление товарным ассортиментом и запасами» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять	З-1: категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров, диагностику дефектов; правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству	У-1: управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству	В-1: навыками управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству

контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Управление товарным ассортиментом и запасами» Б1.Б.23 относится к дисциплинам базовой части учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг торговой деятельности». Изучение дисциплины «Управление товарным ассортиментом и запасами» является необходимой основой освоения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Статистика», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Теоретические основы товароведения», «Коммерческая деятельность», «Экономика организации» и «Менеджмент».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 66 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 33 ч.

на занятия семинарского типа – 33 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 114 ч.

Формы промежуточной аттестации:

6 семестр – зачет.

7 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 14 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 6 ч.

на занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 198 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен на 3 курсе -4ч.

Содержание дисциплины:

1. Сущность управления торговым ассортиментом торговой организации с позиции логистического подхода
2. Методические подходы к анализу и планированию торгового ассортимента
3. Понятие категорийного менеджмента
4. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия
5. Методология категорийного ассортимента
6. Аналитические основы управления товарным ассортиментом
7. Формирование товарных запасов розничной торговой организации

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

Дисциплина «Маркетинг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у обучающихся начальных знаний о маркетинге, представлений о его значимости и необходимости, а также дать будущим специалистам как теорию и практику маркетинга, так и конкретные направления и технологии маркетинговой деятельности в отраслях, производящих товары и услуги.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг» являются:

- представление студентам эволюции и современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
- развитие способностей идентификации маркетинговых проблем и их решения;
- формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений, в том числе и по проблемам маркетинга;
- исследование рынка, то есть определение потенциальных клиентов, где и как они совершают покупки, какие сознательные и подсознательные мотивы влияют на их решения по приобретению или заказу товара;
- прогнозирование рынка, то есть исследование тенденций его развития и предвидения будущих потребностей заказчиков и покупателей;
- планирование ассортимента продукции, выпускаемой фирмой, т.е. определение, какие продукты следует производить фирме, каким способами, в каких количествах и по какой цене их реализовывать, чтобы повлиять на положительное решение потенциального клиента;
- планирование товародвижения, то есть определение наиболее подходящих каналов и маршрутов поставок товаров производителем потребителю;
- стимулирование сбыта: планирование оптимальных средств установления контактов с потенциальными потребителями и воздействия на их решение о покупке;
- организация сбыта: организация и контроль процессов стимулирования сбыта, распределения товаров, фактической их продажи и послепродажного обслуживания.
- формирование у обучающихся четкого представления о маркетинге о концепции как внутрифирменного управления, так и как о целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы (предприятия) по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей, и позволяющих фирме занимать высоко-конкурентные рыночные позиции.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	З-1 -способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых	У-1 - выявлять и удовлетворять потребности покупателей;	В-1 - методами изучения и прогнозирования спроса потребителей;

покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка.	формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей.	методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка.
--	--	--	---

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг» Б1.В.ОД.1 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиля «Маркетинг» и преподается на 2 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **9 зачетных единиц.**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **132 часа**, в том числе:

лекционного типа – **66 часов;**

семинарского типа – **66 часов;**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **120 часов, экзамены- 72 часа.**

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **32 часа**, в том числе:

лекционного типа – **14 часов;**

семинарского типа – **18 часов;**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **288 часа, экзамен - 4 часа.**

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие маркетинга, цели, функции и принципы

Тема 2. Маркетинг и основные концепции его развития

Тема 3. Маркетинговая среда фирмы

Тема 4. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации

Тема 5. Изучение потребительского рынка и поведения покупателей

Тема 6. Товар в маркетинговой деятельности

Тема 7. Цены, ценообразование, ценовая политика в маркетинге

Тема 8. Товародвижение

Тема 9. Система маркетинговых коммуникаций

Тема 10. Система управления маркетингом

Тема 11. Сегментация и позиционирование в маркетинге

Тема 12. Стратегический маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Газалиевой Н.И.

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» формирование системы профессиональных знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять функцию маркетинговых исследований в организациях с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений, снижения риска и неопределенности, а также определение значения и степени влияния маркетинговых исследований на деятельность предприятий по получению преимуществ в конкурентной борьбе и снижению неэффективных затрат.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» являются:

- рассмотрение методических и практических вопросов получения информации, необходимой при принятии решений в области управления элементами комплекса маркетинга;
- взаимосвязи управленческой и исследовательской проблемы;
- оценки необходимости исследования и его результативности;
- возможностей применения различных методов исследований для конкретных ситуаций;
- выявление типичных ошибок при проведении исследований.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК: ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой	возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки информации; З-1	осуществлять анализ данных, необходимых для решения аналитических и исследовательских задач; У-1	методами прогнозирования спроса, а также анализа рыночной ситуации; В-1

<p>для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);</p> <p>способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>			
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
<p>ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>методы и способы прогнозирования спроса, а также анализа рыночной ситуации;</p> <p>– 3-2</p>	<p>выявлять и удовлетворять потребности покупателей; - У-2</p>	<p>способностью анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p> <p>– В-2</p>

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.2 «Маркетинговые исследования» относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД.2 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *3 зачетных единиц.*

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет *68 часа*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *34 часа*;

На занятия семинарского типа - *34 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *4 ч.*,

Форма промежуточной аттестации: *экзамен – 36 ч.*

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет *30 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *10 часа*;

На занятия семинарского типа - *20 часа*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *74 ч.*,

Форма промежуточной аттестации: *экзамен – 4 ч.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в маркетинговые исследования.

Тема 2. Процесс маркетинговых исследований

Тема 3. Информация в маркетинговых исследованиях

Тема 4. Формирование маркетинговой информационной системы

Тема 5. Качественные и количественные методы сбора маркетинговой информации

Тема 6. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации

Тема 7. Анкетная форма сбора маркетинговой информации

Тема 8. Кабинетные исследования

Тема 9. Система выборочных исследований

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Международный маркетинг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Международный маркетинг» является формирование у студентов компетенций, направленных на освоение профессиональной деятельности в области международного маркетинга; формирование умений и навыков в выборе деловых партнеров, проведении деловых переговоров и заключении договоров.

Задачами изучения дисциплины «Международный маркетинг» являются:

- изучение теории и практики международного маркетинга;
- приобретение необходимых знаний в области международного маркетинга с последующим применением их на предприятиях, занимающихся внешнеэкономической деятельностью;
- владение навыками изучения отечественной и зарубежной литературы, касающейся проблем международных экономических отношений;
- приобретение навыков работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной международной деятельности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	З1-нормативно – правовые акты, регламентирующие порядок заключения договоров; З2- методы изучения, удовлетворения и прогнозирования спроса потребителей на внешних рынках и требования, предъявляемые к коммерческим партнерам; З3- правила, проведение деловых переговоров; З4- порядок заключения, изменения и расторжения договоров З5- процесс организации основных	У1- выбирать контрагентов по сделкам, проводить с ними деловые переговоры; У2- анализировать рыночную ситуацию, в целях обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг на зарубежных рынках. У3- разрабатывать проекты договоров и контролировать их выполнение	В1- способностью выбирать деловых партнеров; В2- навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей и методами маркетинговых исследований; зарубежных рынков В3- навыками ведения переговоров, заключения договоров и методами контроля выполнения договоров

	форм маркетинговых коммуникаций за рубежом, основные ограничения в проведении коммуникаций зарубежных компаний		
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.В.ОД.3 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **3** зачетных единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **68 часов**, в том числе:

на занятия лекционного типа - **34 ч.**;

на занятия семинарского типа - **34ч.**,

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **40 ч.**

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **18 часов**, в том числе:

лекционного типа - **10 ч.**

семинарского типа - **8ч.**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **88 ч.**

Форма промежуточной аттестации – зачет, **2ч.**

Содержание дисциплины

Тема 1. Концепция международного маркетинга

Тема 2. Среда международного маркетинга

Тема 3. Маркетинговые исследования международных рынков

Тема 4. Стратегии выхода фирмы на международный рынок

Тема 5. Сегментирование международного рынка

Тема 6. Товар в системе международного маркетинга

Тема 7. Система товародвижения в международном маркетинге

Тема 8. Ценообразование в международном маркетинге

Тема 9. Международная коммуникационная политика

Тема 10. Организационно-правовые аспекты маркетинговой деятельности за рубежом

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинга и коммерция» Исмаиловой Ф.Н.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетинговой коммуникационной политики и на основе ее результатов оценки эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» являются:

- изучение потребности в отдельных средствах маркетинговых коммуникаций;
- изучение особенностей договоров на проведения коммуникационных мероприятий;
- формирование способности выявлять потребности потребителей через средства маркетинговых коммуникаций;
- формирование способности прогнозировать спрос потребителей;
- приобретение практических навыков по разработке коммуникативных программ;
- получение навыков анализа информации, полученной в процессе проведения маркетинговых коммуникаций.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	31 – инструменты маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга;	У1 – разрабатывать и применять элементы маркетинговых коммуникаций.	В1 – методами построения коммуникационных моделей.
ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	32 – методы оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций.	У2 – использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения конкретной компании.	В3 – способность организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя

			системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ОД.4 «Маркетинговые коммуникации» относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Основы маркетинга и предпринимательства», «Маркетинг торговой деятельности», «Менеджмент», «Экономика организации», «Организация, технология и проектирование предприятий».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Рекламная деятельность», «Язык рекламы», «Копирайтинг», «Медиапланирование».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **8 зачетных единиц.**

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет

99 часов,

в том числе: для занятий лекционного типа

33 ч.

для занятий семинарского типа

66 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся

117 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – экзамен

54ч.

2 семестр – экзамен и защита курсовой работы

36ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет

28 часов,

в том числе: для занятий лекционного типа

12 ч.

для занятий семинарского типа

16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся

256 ч.

Формы промежуточной аттестации: экзамен

4 ч.

Содержание дисциплины

- Тема 1. Понятие и планирование коммуникаций в маркетинге
- Тема 2. Разработка бюджета и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций
- Тема 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникациях.
- Тема 4. Организация и планирование рекламной кампании и оценка ее эффективности
- Тема 5. Правила размещения рекламы на различных носителях
- Тема 6. Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций
- Тема 7. Связи с общественностью
- Тема 8. Стимулирование сбыта и продаж
- Тема 9. Стимулирование целевых аудиторий
- Тема 10. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций
- Тема 11. Личная продажа в системе маркетинговых коммуникаций
- Тема 12. Сетевой маркетинг как средство продвижения
- Тема 13. Ивент маркетинг как инструмент продвижения
- Тема 14. Программы лояльности потребителей
- Тема 15. Основы составления медиаплана

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Управление маркетингом»

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление маркетингом» является освоение теоретических и практических аспектов управления маркетингом и формирование у обучающихся навыков профессиональной деятельности в сфере решения основных проблем управления маркетинговой деятельностью предприятия на стратегическом и тактическом уровне.

Задачами изучения дисциплины «Управление маркетингом» являются:

- изучение научных основ и тенденций управления современным маркетингом;
- изучение основных задач стратегического и оперативного маркетинга и изучение основных принципов управления маркетингом в предприятиях и организациях;
- изучение методов построения эффективного маркетинга фирм и организаций;
- изучение методов создания продуктового портфеля предприятия и организации;
- изучение методов проведения маркетингового аудита в отраслях российской экономики.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-5. способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	З1 – функциональные связи маркетинга на предприятии.	У1 – разработать базовую организационную структуру маркетингового подразделения.	В1 – способностью поставить цель и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в области управления маркетингом.
ПК-9. готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	У2 – последовательность разработки планов;	У2 – аргументированно обосновывать необходимость использования маркетинговых стратегий в организации.	В2 – навыками согласования маркетинговых программ с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.5 «Управление маркетингом» относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Основы предпринимательства», «Маркетинг торговой деятельности», «Менеджмент», «Экономика организации».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Рекламная деятельность», «Международный маркетинг».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **5 зачетных единиц**.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **66** часа, в том числе:

для занятий лекционного типа – **33** ч.;

для занятий семинарского типа – **33** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **78** ч.

Формы промежуточной аттестации:

5 семестр – зачет.

6 семестр – экзамен, **36** ч.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **28** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **16** ч.;

для занятий семинарского типа – **12** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **146** ч.

Формы промежуточной аттестации:

3 курс – зачет, **2** ч.

4 курс – экзамен, **4** ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Концепция управления маркетингом на предприятии

Тема 2. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием

Тема 3. Управление маркетингом на корпоративном уровне.

Тема 4. Стратегии роста малых, средних и крупных предприятий

Тема 5. Конкуренция и конкурентные преимущества

Тема 6. Методы выбора целевого рынка

Тема 7. Организационные подходы к сегментации рынка

Тема 8. Управление маркетингом на инструментальном уровне

Тема 9. Управление маркетинговыми коммуникациями

Тема 10. Организационное построение службы маркетинга на предприятии

Тема 11. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии

Тема 12. Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Поведение потребителей»

Цели изучения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Поведение потребителей» является освоение навыков выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

Задачами изучения дисциплины являются:

-формирование у студентов общих представлений об основных теоретических подходах к моделированию поведения потребителя.

-ознакомление с зависимостью потребительских решений от внешних и внутренних факторов для индивидуальных потребителей и потребителей-организаций и др.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Поведение потребителей» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	типы потребителей, факторы, влияющие на поведение потребителей-31.	проводит маркетинговые исследования для выявления спроса потребителей–У1.	методологией анализа конъюнктуры товарного рынка и методикой проведения расчета цен на товары, бюджета на продвижение товаров конечным потребителям -В1.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Поведение потребителей» Б1.В.ОД.6 относится к обязательным дисциплинам обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению подготовки Торговое дело и преподается на 4 курсе.

Материал курса «Поведение потребителей» следует увязывать с дисциплинами Маркетинг, Коммерческая деятельность, Маркетинговые исследования, Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия, Теоретические основы товароведения, Экономика организации и Менеджмент.

Трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

На очном отделении количество академических часов, выделенных на Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 68 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 34 ч.

на занятия семинарского типа – 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 40 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 30 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 10 ч.

на занятия семинарского типа – 20 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 110 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4ч.

Содержание дисциплины:

1. Введение в дисциплину
2. Факторы потребительского поведения
3. Типы поведения потребителей
4. Социальное пространство потребителя
5. Глобализация и фрагментация потребительского поведения
6. Цена как фактор потребительского поведения
7. Группы потребителей
8. Социально-половая сегментация рынка

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

Дисциплина «Маркетинг услуг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг услуг» является формирование у студентов современных взглядов и специальных знаний в области маркетинга услуг, приобретение практических навыков, направленных на повышенный спрос на рынке услуг, с учетом удовлетворения потребностей и обеспечения эффективной деятельности фирм.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг услуг» являются:

- ознакомление студентов с практическими навыками проведения маркетинговых исследований в сфере услуг;
- разработки комплекса маркетинга для услуги;
- повышение конкурентоспособности предприятий, работающих на рынке услуг;
- создание системы знаний об услугах, формах обслуживания, принципах формирования новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере;
- овладение теоретическими знаниями в области маркетинга услуг;
- получение навыков анализа информации, полученной в процессе изучения маркетинга услуг.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	З-1 -способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка.	У-1 - выявлять и удовлетворять потребности покупателей; формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей.	В-1 - методами изучения и прогнозирования спроса потребителей; методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка.

информацию, конъюнктуру товарного рынка			
ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	З-2 - показатели качества услуг оптовой и розничной торговли; требования к качеству услуг торговли; методы оценки уровня качества торгового обслуживания.	У-2 -проводить оценку уровня качества торгового обслуживания	В-2 - методикой оценки уровня качества торгового обслуживания в оптовой и розничной торговле

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг услуг» Б1.В.ОД.7 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин как: «Основы маркетинга и предпринимательства», «Маркетинг», «Менеджмент», «Экономика организации».

Изучение дисциплины «Маркетинг услуг» является необходимой основой освоения таких дисциплин, как: «Маркетинговые исследования», «Международный маркетинг», «Управление маркетингом», «Поведение потребителей».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет - 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 48 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – 32 ч;

на занятия семинарского типа – 16ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 60 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет -2ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 10 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 4 ч;

на занятия семинарского типа –6 ч;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 96 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы маркетинга услуг

Тема 2. Формирование рынка услуг и особенности его формирования

Тема 3. Маркетинговый инструментарий в сфере услуг

Тема 4. Формирование и поведение услуги на рынке

- Тема 5. Ценовая политика в сфере услуг
- Тема 6. Коммуникативная политика в маркетинге услуг
- Тема 7 Конкуренция и конкурентоспособность услуг
- Тема 8. Динамика мирового рынка услуг
- Тема 9. Маркетинг образовательных услуг
- Тема 10. Маркетинг услуг страхования

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Газалиевой Н.И.

Дисциплина «Теоретические основы товароведения»

Цель изучения дисциплины «Теоретические основы товароведения»

Целью изучения дисциплины «Теоретические основы товароведения» является усвоение теоретических знаний о товаре как объекте коммерческой деятельности, приобретение навыков оценки и сохранения его качества на этапах производства, товародвижения и дальнейшего использования.

Планируемые результаты обучения дисциплины «Теоретические основы товароведения»

В результате освоения дисциплины «Теоретические основы товароведения» планируется получение выпускником определенных знаний, умений и навыков.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- виды и требования к оформлению технической документации, используемой в профессиональной деятельности;
- категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров, диагностику дефектов;
- правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству;
- виды, способы и методы идентификации товаров;
- виды, способы и методы фальсификации товаров;
- методы и способы выявления и предупреждения фальсификации.

Уметь:

- работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности;
- управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров;
- определять дефекты;
- правильно хранить товары для обеспечения необходимого уровня качества;
- проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству;
- проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования;
- использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости;
- распознавать разные виды фальсификации.

Владеть:

- навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности;
- навыками управления ассортиментом и качеством товаров;
- определения дефектов, а также приемки и учета товаров по количеству и качеству;
- методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;
- правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;
- методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Теоретические основы товароведения» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

В результате освоения данной дисциплины выпускник должен обладать следующими

компетенциями:

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-5	готовность работать с технической документацией, необходимой для

	профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-4	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ОД.8 «Теоретические основы товароведения» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин как «Экономическая теория»; «Основы маркетинга и предпринимательств»; «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия», «Международная торговля».

В свою очередь, изучение дисциплины «Теоретические основы товароведения» является необходимой основой освоения таких дисциплин, как «Товароведение потребительских товаров», «Коммерческая деятельность», «Инновации в торговой деятельности», «Мерчендайзинг», «Управление товарным ассортиментом и запасами», «Организация торговли».

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет	6 зачетных единиц.
Очная форма обучения	
Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет	64 часов,
в том числе: на занятия лекционного типа –	32 ч.
на занятия семинарского типа –	32 ч.
Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся	107 ч.
Формы промежуточной аттестации	
2 семестр – экзамен	4 ч.
Заочная форма обучения	
Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет	14 часов,
в том числе: на занятия лекционного типа –	8 ч.
на занятия семинарского типа –	6 ч.
Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся	198 ч.
Форма промежуточной аттестации: экзамен	4 ч.

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Тема 1. Предмет, цели и методы товароведения.

Тема 2. Классификация и кодирование товаров.

Тема 3. Качество товаров.

Тема 4. Влияние химического состава и строения сырья и материалов на потребительские свойства товаров.

Тема 5. Формирование и сохранение качества товаров.

Тема 6. Информация о товаре.

Тема 7. Экспертиза товаров.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теоретические основы товароведения» разработана доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Мустафеевой К.К.

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров»

Цель изучения дисциплины

Основной задачей учебной дисциплины является изучение качественных характеристик отдельных групп потребительских товаров, начиная с сырья и основных технологических процессов, формирующих качество товаров. Это служит основой характеристики ассортимента, требований к качеству, упаковке и *специфическим условиям транспортирования и хранения товаров каждой группы потребительских товаров.*

Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения учебной дисциплины «Товароведение потребительских товаров» планируется получение выпускником определенных знаний, умений и навыков.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

-цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;

-основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;

-виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;

-виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

-формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно- сопроводительных документов;

-устанавливать контакты с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение; управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение; принимать товары по количеству и качеству; идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли; оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли; обеспечивать соблюдение санитарно- эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен владеть:

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;

-опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;

-методами формирования ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определения номенклатуры показателей качества товаров; способами расчёта товарных потерь и реализации мероприятий по их предупреждению или списанию; умением оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями; методами классификации товаров, идентификации их ассортиментной принадлежности, методами оценки качеств и определения градации качества; владеть знаниями об условиях и сроках хранения и транспортирования товаров, обеспечения их сохраняемости, владеть правилами оформления сопроводительных документов.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения данной дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-3	умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
ОПК-5	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-4	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.9 «Товароведение потребительских товаров» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **3 зачетные единицы**

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **51 час**, в том числе:

занятия лекционного типа - **34 ч.**

занятия семинарского типа - **17 ч.**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **21 ч.**, экзамен - **36 ч.**

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **10 ч.**, в том числе:

занятия лекционного типа - **4 ч.**

занятия семинарского типа - **6 ч.**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **94 ч.**, экзамен - **4 ч.**

Промежуточный контроль знаний студентов по дисциплине «Товароведение потребительских товаров» проводится в период семестровых аттестаций в форме экзамена.

Содержание дисциплины

Тема 1.Зерномучные и плодоовощные товары

Тема 2.Вкусовые и кондитерские товары

Тема 3.Пищевые жиры и молочные товары

Тема 4.Мясные и рыбные товары

Тема 5.Текстильные,швейные и трикотажные товары

Тема 6.Пушно-меховые товары

Тема 7.Обувные и галантерейные товары

Тема 8.Парфюмерно-косметические товары

Тема 9.Стеклянные и керамические товары

Тема 10.Керамические изделия и металлохозяйственные товары

Тема 11.Электробытовые приборы

Тема 12.Ювелирные изделия

Тема 13.Пластмассовые товары

Аннотациярабочей программы дисциплины разработана заместителем заведующей кафедрой «Маркетинг и коммерция» Атаевой А.У.

Дисциплина «Маркетинг торговой деятельности»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг торговой деятельности» является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга в торговле, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в сфере торговли.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг торговой деятельности» являются:

- усвоение основных понятий в области торгового маркетинга;
- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- организация проведения маркетинговых исследований: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации;
- разработка и внедрение комплекса маркетинга в торговле, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга организации;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и	способы управления торгово-технологическими процессами на предприятии; – З-1	определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов ; – У-1	методами определения материальных затрат, а также учета и списание потерь. – В-1

минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери			
ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	содержание и этапы процесса торгового обслуживания на предприятии – З-2	обеспечить уровень качества торгового обслуживания на предприятии – У-2	методами оценки уровня качества торгового обслуживания на предприятии – В-2

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Маркетинг торговой деятельности» относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД.10 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 2 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *10 зачетных единиц.*

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *132 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *66 часа*;

На занятия семинарского типа - *66 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *154 ч.*,

Форма промежуточной аттестации: *экзамен – 36 ч.*

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *24 часа*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *14 часов*;

На занятия семинарского типа - *10 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *332 ч.*,

Форма промежуточной аттестации: *экзамен – 4 ч.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в маркетинг. Маркетинговая среда предприятия

Тема 2. Особенности маркетинга в розничной торговле

Тема 3. Субъекты маркетинга в розничной торговле

Тема 4. Стратегические направления розничного торгового предприятия

Тема 5. Маркетинговый подход к формированию ассортиментной политики торгового предприятия

Тема 6. Формирование коммуникативной политики торгового предприятия

Тема 7. Основные процедуры мерчандайзинга

Тема 8. Маркетинговые стратегии цен

Тема 9. Технологии продаж на основе мерчандайзинга

Тема 10. Маркетинговая логистика в торговле

Тема 11. Реклама и связи с общественностью в комплексе маркетинговых коммуникаций

Тема 12. Личная продажа и мерчендайзинг

Тема 13. Организация маркетинговой деятельности на предприятии торговли

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий торговли»

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины "Организация, технология и проектирование предприятий торговли" является вооружение студентов теоретическими и прикладными знаниями о сложном механизме процесса доведения товаров народного потребления от места производства до потребителей, о путях повышения эффективности этого процесса на всех его стадиях, интенсификации функционирования отдельных торгово-технологических звеньев и операций, всей совокупности процесса товародвижения на основе развития предпринимательской инициативы.

Задачами изучения дисциплины являются:

- Изучение основ построения процесса товародвижения;
- Ознакомление с организацией и технологией операций на предприятиях оптовой торговли;
- Изучение видов тары и тарных операций в торговле;
- Ознакомление с организацией перевозки товаров;
- Изучение организации и технологии товароснабжения розничных торговых предприятий;
- Изучение организации и технологии операций на предприятиях розничной торговли;
- Ознакомление с проектированием и строительством предприятий торговли.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Организация, технология и проектирование предприятий торговли» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы	З-1 -требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии; методы регулирования процессов хранения;	У-1 - управлять торгово-технологическими процессами на предприятии; регулировать процессы хранения; минимизировать риски, возникающие в процессе	В-1 -методикой управления торгово-технологическим процессом на предприятии;

хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери		осуществления коммерческой деятельности;	
ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	З-2 - содержание и этапы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи (сбыта) товаров	У-2 - организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу (сбыт) товаров	В-2 - навыками оценки эффективности процесса управления товарными запасами, организации оптовой и розничной торговли

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий торговли» Б1.В.ОД.11 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг торговой деятельности». Изучение данной дисциплины является необходимой основой освоения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Статистика», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Теоретические основы товароведения», «Экономика организации» и «Менеджмент».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 9 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 134 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 50 ч.

на занятия семинарского типа – 84 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 154 ч.

Формы промежуточной аттестации:

3 семестр – зачет.

4 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 28 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 10 ч.

на занятия семинарского типа – 12 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 298 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4ч.

Содержание дисциплины:

1. Введение
2. Основы построения процесса товародвижения
3. Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды
4. Товарные склады, их устройство и планировка
5. Технологическое оборудование складов
6. Организация и технология складских операций
7. Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах
8. Тара и тарные операции в торговле
9. Организация перевозки товаров
10. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий
11. Розничная торговая сеть
12. Устройство и основы технологических планировок магазина
13. Торгово-технологическое оборудование магазинов
14. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей
15. Защита прав потребителей и государственный контроль торговли
16. Проектирование и строительство предприятий торговли

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

**Дисциплина «Логистика»
Цель изучения дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Логистика» является формирование у студентов компетенций, направленных на освоение профессиональной деятельности, на целостное системное представление об управлении торгово-технологическими процессами на предприятии, знаний связанных со способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.

Задачами изучения дисциплины «Логистика» являются:

- ознакомить студентов с основными понятиями в области логистики, ее видами;
- рассмотреть современную концепцию логистики;
- изучить специфику логистического подхода к управлению материальными потоками;
- определить основные направления снижения логистических издержек;
- изучить специфические особенности процессов товародвижения на этапах организации закупочной деятельности, производства продукции, управления запасами, дистрибуции готового товара, транспортировки и складирования материальных ресурсов.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения данной дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Код компетенции	ФОРМУЛИРОВКА КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов,	З1- методы организации движения логистических потоков и определение их оптимального сочетания; З2- методы организации хранения товаров на складе, способы и методы инвентаризации; З3- методы расчета потребности в трудовых и	У1- использовать теоретические знания для решения практических задач в сфере логистики; У2 -определять направления совершенствования логистической деятельности предприятий и организаций; У3 -принимать стратегические и оперативные решения в сфере складской	В1- навыками использования теоретических знаний для решения практических задач в сфере логистики; В2- навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии; В3- методикой выявления проблемы логистической деятельности предприятий;

а также учитывать и списывать потери	материальных ресурсах	логистической деятельности на предприятиях и организациях.	
ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.	34- характеристику логистического подхода к управлению предприятиями и организациями; 35- виды распределения ресурсов и содержание функций распределения продукции в сбытовой логистике; 36- способы материально-технического снабжения предприятий	У4- осуществлять организацию и планирование материально-технического Обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров; У5- определять эффективность функционирования логистических систем и их звеньев; У6 - организовывать взаимосвязь логистических подразделений с другими подразделениями предприятий и организаций.	В4- навыками организации процессов снабжения и закупок и распределения; В5- методами определения направления совершенствования логистической деятельности предприятий и организаций.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Логистика» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.В.ОД.13 учебного плана направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **5** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **34 часа**, в том числе:

на занятия лекционного типа - **17 ч.**;

на занятия семинарского типа - **17 ч.**,

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **110 ч.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен, **36 ч.**

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **20 часов**, в том числе:

лекционного типа - **8 ч.**;

семинарского типа - **12ч.**;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **156 ч.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен, **4ч.**

Содержание дисциплины

- Тема 1. Концептуальные и методологические основы логистики
- Тема 2. Материальные потоки и логистические операции
- Тема 3. Закупочная логистика.
- Тема 4. Производственная логистика.
- Тема 5. Распределительная логистика
- Тема 6. Информационная логистика
- Тема 7. Транспортная логистика
- Тема 8. Запасы в логистике
- Тема 9. Логистика складирования
- Тема 10. Организация логистического управления

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры маркетинга и коммерции Исмаиловой Ф.Н.

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Коммерческая деятельность» является освоение навыков управления торгово-технологическими процессами на предприятии, а также повышения его прибыльности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
- овладение методами управления коммерческими процессами торговых предприятий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Коммерческая деятельность» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и	З-1 -требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии; требования организации хозяйственных связей в торговле	У-1 - управлять торгово-технологическими процессами на предприятии; минимизировать риски, возникающие в процессе осуществления коммерческой деятельности; определять потребительские свойства товаров	В-1 -методикой управления торгово-технологическим процессом на предприятии;

трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери			
ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	З-2 - содержание и этапы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи (сбыта) товаров	У-2 - организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу (сбыт) товаров	В-2 - навыками оценки эффективности процесса управления товарными запасами методикой поиска поставщиков, организации оптовой и розничной торговли

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Коммерческая деятельность» Б1.В.ОД.13 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг торговой деятельности». Изучение дисциплины «Коммерческая деятельность» является необходимой основой освоения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Статистика», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Теоретические основы товароведения», «Экономика организации» и «Менеджмент».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 114 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 49 ч.

на занятия семинарского типа – 65 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 30 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – экзамен, 36 ч.

2 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 28 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 10 ч.

на занятия семинарского типа – 18 часов

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 184 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4ч.

Содержание дисциплины:

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле
2. Субъекты коммерческой деятельности

3. Государственное регулирование коммерческой деятельности
4. Коммерческие службы торговых организаций
5. Коммерческая информация и коммерческая тайна
6. Средства товарной информации
7. Реклама в коммерческой деятельности
8. Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения
9. Договоры в коммерческой деятельности
10. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров
11. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров
12. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли
13. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле
14. Риски в коммерческой деятельности и ее эффективность

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

Дисциплина «Digital-маркетинг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Digital-маркетинг» является формирование у обучающихся целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области цифрового маркетинга с учетом зарубежного и российского опыта.

Задачами изучения дисциплины «Digital-маркетинг» являются:

- изучение современных направлений развития комплекса маркетинга;
- изучение маркетинговых функций Интернет-сайтов и характеристик их основных видов;
- изучение подходов, методов, алгоритмов и инструментов оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий в глобальной сети;
- получение навыков по обобщению, систематизации и оценке маркетинговой информации;
- получение навыков по выбору оптимальных маркетинговых инструментов и проведению маркетинговых исследований в сети Интернет;
- умение применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности;
- применение поведенческих факторов при проведении мероприятий в сфере продвижения и продажи товаров и услуг;
- умение определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- получение навыков критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- овладение методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг;
- овладение системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- овладение методологией расчета показателей эффективности интернет-маркетинга.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Digital-маркетинг» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций,	З1 – инструменты маркетинговых коммуникаций в комплексе	У1 – разрабатывать и применять элементы маркетинговых	В1 – методами построения коммуникационных моделей.

способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	маркетинга;	коммуникаций.	
ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	32 – методы оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций.	У2 – использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения конкретной компании.	В3 – способностью организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ОД.14 «Digital-маркетинг» относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД.14 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Основы маркетинга и предпринимательства», «Маркетинг торговой деятельности», «Менеджмент», «Коммерческая деятельность», «Маркетинговые коммуникации».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Управление маркетингом», «Поведение потребителей», «Копирайтинг», «Медиапланирование».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **3 зачетные единицы.**

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет

64 часа,

в том числе: для занятий лекционного типа

32 ч.

для занятий семинарского типа

32 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся

8 ч.

Формы промежуточной аттестации:

8 семестр – экзамен

36ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам

учебных занятий), при очной форме обучения составляет	20 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа	10ч.
для занятий семинарского типа	10 ч.
Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся	84 ч.
Формы промежуточной аттестации: экзамен	4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в Digital-маркетинг. Характеристика сети Интернет как сферы рыночных отношений Основы цифрового маркетинга

Тема 2. VUCA-мир. Цифровая трансформация бизнеса. Интеграция цифровых (digital) технологий в маркетинг

Тема 3. Поведение потребителей: цифровая трансформация потребительского опыта

Тема 4. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга

Тема 5. Маркетинговые исследования и маркетинговая аналитика с использованием цифровых инструментов

Тема 6. Инструменты интернет-маркетинга: контекстная реклама, SEO, e-mail маркетинг

Тема 7. Контент-маркетинг. Интегрированные онлайн коммуникации

Тема 8. Продвижение в социальных сетях (SMM)

Тема 9. Мобильный маркетинг

Тема 10. Ключевые цифровые технологии и их использование в маркетинге

Тема 11. Разработка digital-стратегии компании

Тема 12. Технологии онлайн-продаж. Электронная коммерция

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»

Цель изучения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сохранение и укрепление здоровья обучающихся, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- приобретение обучающимися необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений;
- совершенствования спортивного мастерства.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-7	способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	Знать	Уметь	Владеть
ОК-7: способность поддерживать должный уровень физической подготовленности	З1 - ценности физической культуры и спорта; значение физической культуры в жизнедеятельности человека; культурное,	У1 - оценить современное состояние физической культуры и спорта	В1 - различными современными понятиями в области физической культуры;

<p>для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>историческое наследие в области физической культуры;</p> <p>32- факторы, определяющие здоровье человека, понятие здорового образа жизни и его составляющие;</p> <p>33 - принципы и закономерности воспитания и совершенствования физических качеств;</p> <p>34- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;</p> <p>35- методические основы физического воспитания, основы самосовершенствования физических качеств и свойств личности;</p> <p>основные требования к уровню его психофизической подготовки к конкретной профессиональной деятельности; влияние условий и характера труда специалиста на выбор содержания производственной физической культуры, направленного на повышение производительности труда.</p> <p>36- массовый спорт, студенческий спорт, спорт высших достижений, системы физических упражнений и мотивацию их выбора, группы видов спорта, новые виды спорта.</p> <p>37- здоровый образ и спортивный стиль жизни, влияние оздоровительных</p>	<p>в мире;</p> <p>У2 - придерживаться здорового образа жизни;</p> <p>У3- самостоятельно поддерживать и развивать основные физические качества в процессе занятий физическими упражнениями; осуществлять подбор необходимых прикладных физических упражнений для адаптации организма к различным условиям труда и специфическим воздействиям внешней среды;</p> <p>У4- использовать физические упражнения для профилактики профессиональных заболеваний.</p> <p>У5 - эффективно реализовать мировоззренческий компонент формирования физической культуры личности в составлении собственной, лично ориентированной комплексной программы реабилитации и коррекции</p>	<p>В2- методиками и методами самодиагностики, самооценки, средствами оздоровления для самокоррекции здоровья различными формами двигательной деятельности, удовлетворяющими потребности человека в рациональном использовании свободного времени;</p> <p>В3- основными средствами восстановления организма и повышения его работоспособности;</p> <p>В4- методами самостоятельного выбора вида спорта или системы физических упражнений для укрепления здоровья; здоровьесберегающими технологиями; средствами и методами воспитания прикладных физических качеств (выносливость, быстрота, сила, гибкость и ловкость) и психических (смелость, решительность, настойчивость,</p>
---	--	--	---

	систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, основы жизнедеятельности, двигательной активности.	здоровья.	самообладание, и т.п.) качеств, необходимых для успешного и эффективного выполнения определенных трудовых действий.
--	--	-----------	---

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг».

Изучение дисциплины направлено на устойчивое формирование потребности в физическом совершенствовании, укреплении здоровья, на улучшение физической и профессиональной подготовленности студентов, приобретение личного опыта использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных и профессиональных целей. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин как безопасность жизнедеятельности, физическая культура и спорт.

Курс ведется в течение шести семестров трех первых лет обучения. Рабочая программа должна обеспечивать реализацию дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту в рамках: элективных дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту в объеме не менее 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

В ходе изучения данной дисциплины студент имеет право выбора вида упражнения (легкая атлетика, гимнастика, спортивные игры: волейбол, баскетбол, футбол, настольный теннис).

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины составляет **328** часов.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **198** часов, в том числе:

на занятия семинарского типа – **198** часов.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **130** часов.

Форма промежуточной аттестации:

- 1 семестр – зачёт;
- 2 семестр – зачёт;
- 3 семестр – зачёт;
- 4 семестр – зачёт;
- 5 семестр – зачёт;
- 6 семестр – зачёт.

Заочная форма обучения

Объем дисциплины составляет **328** часов (**6** зачетных единиц).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **36** часов, в том числе:

на занятия семинарского типа – **30** часов.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – **292** часа.

Форма промежуточной аттестации:

1 курс – зачёт, 2ч;

2 курс – зачёт, 2ч;

3 курс – зачёт, 2ч.

Содержание дисциплины

Элективная дисциплина «Общая физическая подготовка»

Физические упражнения в оздоровительной физической культуре. Развитие двигательных способностей и повышение морфофункционального состояния организма. Подвижные и спортивные игры в оздоровительной тренировке. Оздоровительная гимнастика и оригинальные системы оздоровления в оздоровительной тренировке. Определение уровня овладения теоретическими и методическими знаниями, практическими умениями и навыками. Определение функциональных показателей организма, общей физической подготовленности и физического развития. Общая и специальная физическая подготовка.

Элективная дисциплина «Легкая атлетика»

Техника безопасности на занятиях по легкой атлетике. Бег на короткие дистанции. Бег на средние дистанции. Бег на длинные дистанции. Челночный бег. Прыжок в длину с разбега. Прыжок в высоту с разбега. Спортивная ходьба. Эстафеты. Метание гранаты. Толкание ядра. Метание малого мяча в цель. Кросс.

Элективная дисциплина «Гимнастика»

Техника безопасности на занятиях по гимнастике. Акробатика. Лазание по канату. Упражнения в равновесии. Упражнения на снарядах. Опорные прыжки. Эстафеты с предметами и без предметов.

Элективная дисциплина «Волейбол»

Техника безопасности на занятиях по волейболу. Элементы техники и тактики игры (подачи, приём мяча, передачи). Командные действия в защите и нападении. Эстафеты с использованием волейбольного мяча. Учебная игра.

Элективная дисциплина «Баскетбол»

Техника безопасности на занятиях по волейболу. Элементы техники и тактики игры (ведение, передачи, броски). Командные действия в защите и нападении. Эстафеты с баскетбольным мячом. Учебная игра.

Элективная дисциплина «Футбол»

Техника безопасности на занятиях по волейболу. Элементы техники и тактики игры (ведение, передачи, удары по мячу). Командные действия в защите и нападении. Эстафеты с использованием футбольного мяча. Учебная игра.

Элективная дисциплина «Настольный теннис»

Техника безопасности на занятиях по настольному теннису. Элементы техники и тактики игры (подачи, приём мяча). Действия в защите и нападении. Эстафеты с использованием теннисного мяча. Учебная игра.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры физической культуры Абдеевой Э.З.

Дисциплина «Системы управления продажами»

Цель изучения дисциплины

Цель дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области системы управления продажами современного предприятия.

Задачи дисциплины

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления: эффективность организовать продажи в сфере b2c и b2b»;
- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- освоить на примере практического материала методики решения задач в области системы управления продажами.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом	З1 – основные современные тенденции, влияющие на управление продажами; З2 – ключевые направления продаж; З3 – цикл CRM.	У1 – ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; У2 – пользоваться научно технической литературой в области управления продажами.	В1 – общей терминологией в области системы управления продажами; В2 – основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; В3- навыками работы с

основных требований информационной безопасности		У3 - применять различные стратегии продаж.	компьютером как средством управления информацией.
ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	31 –интеграции продаж с другими функциями бизнеса; 32 –организация продажи в сфере b2c и b2b; 33 - процесс разработки стратегий.	У1 –определить ключевые направления продаж; У2 -применять современные информационные технологиях при организации продаж; У3- разрабатывать мероприятия по эффективности организации продажи в сфере b2c и b2b; У4 - определять роль личных продаж маркетинговых коммуникациях.	В1 –методами личных продаж; В2 -навыками определения целевого клиентского сектора и формулирования сбытовой стратегии при содействии маркетинговой службой фирмы; В3 -технологией продажи товаров.
ПК-1: способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	31 -как внедрить систему управления продажами, сделав ее эффективным бизнес-инструментом; 32 -алгоритм формирования эффективных рекламных кампаний и обращений к покупателям.	У1 - повышать эффективность функционирования предприятия за счет применения комплекса прикладных программ управления продажами; У2 -организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами; У3 -разрабатывать программы по повышению степени удовлетворенности и лояльности клиентов с помощью обратной связи.	В1-навыками решения задач в предметных областях с применением основных моделей ИТ; В2 –навыками выбора, проектирования, реализации, оценки качества и анализа эффективности программного обеспечения.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Система управления продажами» относится к вариативной части Блока 1: Дисциплины Учебного плана по направлению подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки по дисциплинам «Сетевая экономика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Менеджмент», «Маркетинг», «Информационный менеджмент», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг торговой деятельности», «Инновации в торговой деятельности».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной и преддипломной практик и написания ВКР.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 68 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 34 ч.
- на занятия семинарского типа – 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 76 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 36 часа.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 14 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 6 ч.
- на занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 162 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 часа

Содержание дисциплины

Тема 1. Управление продажами в XXI веке

Тема 2. Продажи на потребительском рынке в сравнении с корпоративным

Тема 3. Важность интеграции продаж с другими отделами

Тема 4: Как рыночная ориентация влияет на результаты деятельности организации

Тема 5. Роль личных продаж в маркетинговой стратегии

Тема 6. Организация продаж

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана д.э.н., профессором кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» Савзихановой С.Э.

Дисциплина «Финансовый маркетинг»

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Финансовый маркетинг» является формирование у будущих специалистов основ знаний и навыков в области финансового маркетинга.

Задачами изучения дисциплины «Финансовый маркетинг» являются:

- Оптимально организовать процесс изучения предмета, зафиксировав правила учебного процесса.
- Развить логические способности в области управления маркетингом в финансовой сфере.
- Привить навыки творческого поиска и принятия ответственности за планируемые стратегические решения.
- Освоить умение презентации разработанной стратегии.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления	31 – закономерности формирования информации; нормы и правила сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	У1 – работать с компьютером как со средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	В1 – основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью

информацией			
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	У2 - возможные стратегии развития и функционирования организаций.	У2 анализировать, оценивать разрабатывать стратегии организации.	– В2 – методиками разработки стратегии организации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.2 «Финансовый маркетинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Мировая экономика», «Статистика», «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **5** зачетных единиц.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **68** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **34** ч.;

для занятий семинарского типа – **34** ч.а;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **76** ч.

Формы промежуточной аттестации: экзамен, **36** ч.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **12** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **6** ч;

для занятий семинарского типа – **6** ч;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **162** ч.

Формы промежуточной аттестации: экзамен, **4** ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Концепции финансового маркетинга

Тема 2. Стратегия и планирование финансового маркетинга

Тема 3. Банковский маркетинг

Тема 4. Международный банковский маркетинг

Тема 5. Страховой маркетинг

Тема 6. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании

Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг

Тема 8. Инвестиционный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Управление коммерческими рисками»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление коммерческими рисками» является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в освоении теоретических знаний в области анализа и оценки основных видов рисков в коммерческой деятельности, выявление факторов, усиливающих их выбор и выбор методов снижения риска, выработка навыков принятия решений в области управления рисками в коммерческой деятельности, а также приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности на предприятиях сферы потребительского рынка и формирование необходимых компетенций в области торговой профессиональной деятельности бакалавров по направлению «Торговое дело» профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Задачами изучения дисциплины «Управление коммерческими рисками» являются:

- изучение понятия риска и методов измерения;
- освоение основных факторов, влияющих на коммерческие риски;
- овладение методами и моделями экономико-математического анализа коммерческих рисков;
- освоение основных приемов выбора оптимальных решений в условиях рисков и неопределенностей;
- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов торгово-посреднического звена;
- изучение основных нормативно-правовых актов, регулирующие хозяйственные связи в торговле (ГК РФ, Законы РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности», «О товарных знаках», «О лизинге», «О защите прав потребителей» и др.)

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическим и процессами на предприятии, регулировать процессы	методы минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов – З-1	учитывать и списывать потери на предприятиях – У-1	способно управлять методами минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов на предприятиях торговли – В-1

хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери			
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.2 «Управление коммерческими рисками» относится к вариативной части Блока Б1.В учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *4 зачетные единицы*.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 34 ч., в том числе:

На занятия лекционного типа - 17 ч.

На занятия семинарского типа -17 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -110 ч.

Форма промежуточной аттестации: 7 семестр – *зачет*.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 12 ч., в том числе:

На занятия лекционного типа – 4 ч.

На занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 130 ч.

Форма промежуточной аттестации: *зачет - 2 ч*.

Содержание дисциплины

Тема 1. Природа возникновения, сущность и классификация рисков

Тема 2. Оценка коммерческих рисков

Тема 3. Этапы процесса управления коммерческим риском

Тема 4. Механизмы нейтрализации коммерческих рисков

Тема 5. Критерии оценки эффективности принятия управленческих решений в условиях неопределенности

Тема 6. Психология поведения и оценка лица, принимающего решение в условиях неопределенности

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Газиевой Ж.С.

Дисциплина «Паблик рилейшнз»

Цель изучения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- формирование у обучающихся систематических знаний о роли и месте паблик рилейшнз в современном обществе, знаний о методах, техниках и технологиях, применяемых в паблик рилейшнз, основных направлениях и сферах PR-деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности паблик рилейшнз;
- сформировать у обучающихся знания об особенностях работы специалистов паблик рилейшнз в различных сферах социальной действительности;
- сформировать у обучающихся представления о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста паблик рилейшнз;
- сформировать у обучающихся навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста паблик рилейшнз;
- ознакомить обучающихся с важнейшими тенденциями развития паблик рилейшнз.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	31- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; 32 – классификацию договоров в коммерческой деятельности; 33 – принципы государственного регулирования и контроля коммерческой	У1 - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, организовывать переговорный процесс, в том числе, с использованием современных средств коммуникации	В1 – навыками ведения деловых переговоров; нормами деловой переписки и делопроизводства; В2 - навыками деловых коммуникаций в профессиональной сфере; В3 - навыками делового общения в стандартных профессиональных ситуациях

	деятельности		
--	--------------	--	--

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.2.2 «Паблик рилейшнз» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин «Менеджмент», «Этика делового общения», «Маркетинг в торговой деятельности», «Коммерческая деятельность».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачётных единицах составляет 4 зачётные единицы

Количество академических часов, выделенных на контактную форму обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 34 часа, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 17 часов;
- на занятия семинарского типа – 17 часов;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 110 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Содержание дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью: история возникновения и развития

Тема 2. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью

Тема 3. Правовые и этические основы связей с общественностью

Тема 4. Общество и общественное мнение

Тема 5. Планирование и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью

Тема 6. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Организационные формы связей с общественностью

Тема 7. Связи с общественностью в сфере бизнеса

Тема 8. Связи с общественностью в политике. Развитие отношений с общественностью в органах власти

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Менеджмент» Магомедовым М.Ш.

Дисциплина «Маркетинговый анализ деятельности предприятий»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговый анализ деятельности предприятий» является формирование комплекса знаний в области теоретических основ маркетингового анализа, формирование практических навыков в области маркетингового анализа для принятия управленческих решений по обеспечению устойчивого развития предприятия.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговый анализ деятельности предприятий»:

- Изучение современных методов и приемов маркетингового анализа
- Приобретение навыков сбора и усвоение аналитических возможностей маркетинговой информации
- Обучение постановке задач, выбору аналитического инструментария и приобретение навыков его системного практического использования;
- Приобретение навыков мониторинга и стратегического анализа маркетинговой деятельности предприятий и организаций и их внешней среды

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Маркетинговый анализ деятельности предприятий» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-9. готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Уровень 1 методы анализа стратегии организации Уровень 2 методы анализа и оценивания стратегии организации Уровень 3 методы анализа, оценивания и разработки стратегии организации	Уровень 1 проводить анализ стратегии организации Уровень 2 проводить анализ и оценивание стратегии организации Уровень 3 проводить анализ, оценивание и разработку стратегии организации	Уровень 1 навыками анализа стратегии организации Уровень 2 навыками анализа и оценивания стратегии организации Уровень 3 навыками анализа, оценивания и разработки стратегии организации

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1. В.ДВ.3.1 «Сервисная деятельность организаций» относится к вариативной части Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Экономическая теория», «Менеджмент», «Маркетинг», «Экономика организации».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Медиапланирование».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *2 зачетные единицы*.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *34 часа*, в том числе:

На занятия лекционного типа – *17 часов*;

На занятия семинарского типа – *17 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *38 часов*.

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *10 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа – *4 часов*;

На занятия семинарского типа – *6 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *60 часов*.

Форма промежуточной аттестации: *зачет - 2 часа*.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы маркетингового анализа

Тема 1. Теоретические основы маркетингового анализа: сущность, цели и задачи.

Предмет, содержание и задачи курса.

Тема 2. Методология маркетингового анализа: принципы, информационная база, методы.

Раздел 2. Комплексная оценка результатов деятельности и потенциала организации

Тема 1. Комплексная оценка результатов деятельности и потенциала организации: общие сведения о предприятии и оценка его потенциала, анализ деловой активности, анализ финансовых результатов, оценка финансового состояния.

Раздел 3. Анализ маркетинговой среды

Тема 1. Анализ макросреды предприятий сферы сервиса: структура макросреды, содержание и характеристика факторов внешней среды, методы оценки факторов и их влияния на рыночную ситуацию и маркетинг предприятия

Тема 2. Анализ микросреды предприятий сферы сервиса: структура микросреды, содержание и характеристика факторов внешней среды, методы оценки факторов и их влияния на деятельность предприятия

Раздел 4. Оценка рыночных позиций предприятия

Тема 1. Анализ рыночной конъюнктуры: понятие и параметры рыночной конъюнктуры, рыночная конъюнктура как предмет анализа, методические подходы к анализу рынка

Тема 2. Конкурентный анализ: маркетинговый анализ условий конкуренции. Сравнительный анализ предприятий- конкурентов, критерии и методы оценки конкурентоспособности

Раздел 5. Анализ комплекса маркетинга и организации маркетинговой деятельности

Тема 1. Анализ комплекса маркетинга: анализ товарной и ассортиментной политики, анализ ценовой политики, анализ системы распространения товара, анализ системы стимулирования товара, анализ организации обслуживания потребителей, анализ внутреннего маркетинга.

Тема 2. Анализ организации маркетинга на предприятии: анализ структуры управления, распределение и выполнение функций маркетинга, финансирование маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.

Тема 3. Анализ организации маркетинга на предприятии: анализ структуры управления, распределение и выполнение функций маркетинга, финансирование маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Сервисная деятельность организаций»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Сервисная деятельность организаций» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления сервисной деятельности в сфере туризма, социально-культурного и спортивно-оздоровительного сервиса и на основе ее значительно расширить и углубить информацию, отражающую различные аспекты сервисной деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Сервисная деятельность организаций» являются:

- освоение основных важнейших теоретических вопросов сервисной деятельности и содержания их основных элементов: реализации услуг, удовлетворения потребностей, культуры управления и сферы обслуживания;
- формирование представления о сервисной деятельности и месте сервиса в жизнедеятельности человека;
- создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, принципах формирования новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере;
- овладение теоретическими знаниями в области сферы обслуживания;
- получение навыков анализа информации, полученной в процессе изучения сервисной деятельности организации.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества	Процесс управления ассортиментом и качеством товаров и услуг- З-1 ;	диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг – У-1 .	методами осуществления контроля качества товаров и услуг – В-1 .

товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	этапы процесса сервисного обслуживания на предприятии – З-2	обеспечить уровень качества сервисного обслуживания на предприятии – У-2	методами оценки уровня качества сервисного обслуживания на предприятии – В-2

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1. В.ДВ.3.2 «Сервисная деятельность организаций» относится к вариативной части Блока Б1. В.ДВ.3 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *2 зачетные единицы*.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *34 часа*, в том числе:

На занятия лекционного типа – *17 часов*;

На занятия семинарского типа – *17 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *38 часов*.

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *10 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа – *4 часов*;

На занятия семинарского типа – *6 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *60 часов*.

Форма промежуточной аттестации: *зачет - 2 часа*.

Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы сервисной деятельности.

Тема 2. Социальная услуга

Тема 3. Гостиничная индустрия

Тема 4. Сервис на транспорте

Тема 5. Хостель – сервисная услуга для молодежи

Тема 6. Организация питания как комплекс сервисных услуг

Тема 7. Рекламные услуги как вид сервисной деятельности

Тема 8. Динамика мирового рынка услуг

Тема 9. Подготовка кадров для сервисной деятельности

Тема 10. Сервисное обслуживание совещаний, конференций, выставок

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Мерчендайзинг»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Мерчендайзинг» является освоение теоретических знаний принципов и методологии мерчендайзинга, приобретение умений применять их использования в профессиональной деятельности и формирование необходимых менеджеру организаций общественного питания компетенций.

Задачами изучения дисциплины «Мерчендайзинг» являются:

- формирование ассортиментной политики;
- усвоение основных понятий в области мерчендайзинга;
- обоснование целесообразности внедрения мерчендайзинга в организациях общественного питания;
- изучение назначения и принципов мерчендайзинга;
- рассмотрение и применение методологии мерчендайзинга в организациях общественного питания.
- наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале;
- создание благоприятной атмосферы магазина;
- содействие продажам товаров и их марок;
- разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров;
- разработка и применение средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	З1 – технологию выкладки товаров с учетом товарного соседства и повышения продаж каждой товарной группы.	У1 – создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсивных покупок; У2 - решать управленческие задачи, связанные с операциями в области продвижения и сбыта продукции	В1 – эффективными схемами расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.4.1 «Мерчендайзинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Коммерческая деятельность», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Управление товарным ассортиментом».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **2** зачетные единицы.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **24** часа, в том числе:

для занятий лекционного типа – **16** ч.;

для занятий семинарского типа – **8** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **48** ч.

Формы промежуточной аттестации:

8 семестр – зачет.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **12** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **6** ч.;

для занятий семинарского типа – **6** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **58** ч.,

Формы промежуточной аттестации:

4 курс – зачет, **2** ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Цели и задачи мерчендайзинга

Тема 2. Управление поведением потребителей

Тема 3. Внутренняя планировка магазина

Тема 4. Выкладка товаров

Тема 5. Место мерчендайзинга в системе маркетинговых коммуникаций

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Язык рекламы»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Язык рекламы» является ознакомление студентов с рекламным текстом как текстом особого типа, формирование у студентов знаний о лингвопрагматических особенностях современных российских рекламных текстов, а также дать представление о языке рекламы, показать, как, используя его в качестве инструментария, с помощью определенной системы критериев, содержательных и формальных, оценивать рекламу, то есть предлагается методика ее оценки.

Задачами изучения дисциплины «Язык рекламы» являются:

- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
- научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
- формирование знаний о фонетических, графических, лексических, морфологических, синтаксических и стилистических особенностях современной рекламы;
- ознакомление с системой письменных форм рекламных коммуникаций (текстов) и особенностями их структуры, композиции;
- формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний;
- сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК: ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой,	З1 – закономерности формирования информации; нормы и правила сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	У1 – работать с компьютером как со средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	В1 – основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления

рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией			профессиональной деятельностью
---	--	--	--------------------------------

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.4.2 «Язык рекламы» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Копирайтинг».

Трудоёмкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **2** зачетные единицы.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **24** часа, в том числе:

для занятий лекционного типа – **16** ч.;

для занятий семинарского типа – **8** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **48** ч.

Формы промежуточной аттестации:

8 семестр – зачет.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **12** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **6** ч.;

для занятий семинарского типа – **6** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **58** ч.,

Формы промежуточной аттестации:

4 курс – зачет, **2** ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Формирование языка рекламы

Тема 2. Рекламный текст как особая сфера деловой коммуникации

Тема 3. Композиционная структура рекламного текста

Тема 4. Жанровые особенности рекламы

Тема 5. Язык современной рекламы: фонетические, лексические, морфологические особенности

Тема 6. Язык современной рекламы: словообразовательные, синтаксические, графические особенности

Тема 7. Выразительные языковые средства в рекламе

Тема 8. Приемы стилистического синтаксиса

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом, доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Тагировым Ш.М.

Дисциплина «Региональный маркетинг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Региональный маркетинг» является формирование компетенций у студентов в области управления маркетинговой деятельности, проведению маркетинговых исследований, сознания служб маркетинга. Задачами изучения дисциплины являются:

- разработка навыков и умений самостоятельно разрабатывать матрицы стратегического положения фирмы,
- овладение навыками управления маркетинговыми коммуникациями, сознания рекламных обращений,
- умение самостоятельно мыслить и предвидеть последствия собственных действий.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	Формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	З-1 -способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка.	У-1 - выявлять и удовлетворять потребности покупателей; формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей.	В-1 - методами изучения и прогнозирования спроса потребителей; методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Региональный маркетинг» Б1.В.ДВ.5.1 относится к вариативным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин как «Маркетинг», «Основы маркетинга и предпринимательства», «Экономическая теория». Материал курса «Региональный маркетинг» следует увязывать с

дисциплинами, «Экономика организации», «Менеджмент», «Маркетинг торговой деятельности» и др.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины составляет в зачетных единицах - 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 32 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – 16 ч.

на занятия семинарского типа – 16 ч

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 40 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 2ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 6 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 2 ч.

на занятия семинарского типа – 4 часов

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 64 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2 часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в региональный маркетинг

Тема 2. Информационный маркетинг региона

Тема 3. Анализ маркетинговой среды региона

Тема 4. Региональные рынки

Тема 5. Организация регионального маркетинга

Тема 6. Конкурентные позиции регионов

Тема 7. Концепция регионального маркетинга

Тема 8. Управление конкурентными позициями территории

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Газалиевой Н.И.

Дисциплина «Медиапланирование»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Медиапланирование» является сформировать базовые представления о составлении плана рекламных мероприятий с использованием средств массовой информации по теоретическим и прикладным вопросам, которые позволят обучающимся анализировать тенденции и ситуации в системе массовой рекламной коммуникации, иметь представление о функции специалиста по разработке медиаплана; знакомство с основными инструментами рынка медиа-носителей и с методами планирования, организации и оценки эффективности мероприятий по медиапланированию, с особенностями процесса создания и реализации медиаплана в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Задачами изучения дисциплины «Медиапланирование» являются:

- уметь соотносить цели и задачи рекламной кампании, с целями медиапланирования, планировать бюджет рекламной кампании;
- научиться применять результаты медиаисследований и данные маркетинговых исследований для выбора рекламоносителей;
- овладеть методами расчета основных и производных параметров медиапланов для оценки их эффективности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	31 – стратегию, подходы, методы медиапланирования; 32 – критерии выбора рекламоносителей.	У1 – планировать рекламные кампании, в том числе уметь использовать различные средства распространения рекламы; У2 – рассчитывать и формирующие медиаплан	В1 – навыками планирования информационных и информационно-рекламных кампаний.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2. «Медиапланирование» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Маркетинг торговой деятельности», «Менеджмент».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Язык рекламы», «Копирайтинг», «Брендинг».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **2** зачетные единицы.

Для очной формы обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **32** часа, в том числе:

для занятий лекционного типа – **16** ч.;

для занятий семинарского типа – **16** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **40** ч.

Формы промежуточной аттестации: зачет

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **6** часов, в том числе:

для занятий лекционного типа – **2** ч.;

для занятий семинарского типа – **4** ч.;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **64** ч.

Формы промежуточной аттестации: зачет - **2** часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность, функции и задачи медиапланирования

Тема 2. Медиаплан и особенности его разработки

Тема 3. Основные показатели медиапланирования

Тема 4. Методические аспекты и практика медиапланирования на отдельных каналах

СМИ

Тема 5. Вопросы повышения эффективности медиапланирования

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Брендинг»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины «Брендинг» является освоение обучающимися теоретических и практических основ прогнозирования спроса на брендированные товары, овладение навыками разработки стратегии продвижения бренда.

Задачами изучения дисциплины «Брендинг» являются:

- рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей брендинга;
- изучение теории и практики товарного и корпоративного брендинга;
- анализ индивидуальности бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
- планирование стратегии продвижения бренда;
- рассмотрение вопросов лояльности бренду.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Брендинг» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	31 – методы формирования спроса на брендированные товары.	У1 – рассчитывать эффективность маркетинговых коммуникаций при продвижении бренда.	В1 – методами оценки эффективности рекламной деятельности.
ПК-9. готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	32 – этапы разработки стратегии продвижения	У2 – планировать маркетинговые мероприятия	В2 – способностью разрабатывать маркетинговые программы

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 «Брендинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность», «Медиапланирование», «Маркетинг торговой деятельности».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Язык рекламы», «Копирайтинг».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **6** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет

66 часа,

в том числе: для занятий лекционного типа

33 ч.

для занятий семинарского типа

33 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся

114 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

2 семестр - экзамен

36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет

46 часов,

в том числе: для занятий лекционного типа

18 ч.

для занятий семинарского типа

28 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся

164 ч.

Формы промежуточной аттестации:

3 курс – зачет

2 ч.

4 курс – экзамен

4 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Мир Брендов как концепция постиндустриального общества. Бренд – определения и сущности

Тема 2. Бренд-билдинг - разработка бренда

Тема 3. Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями

Тема 4. Brand-development (Развитие бренда)

Тема 5. Исследования бренда

Тема 6. Стратегическое планирование коммуникаций бренда

Тема 7. Планирование эффективных бренд-коммуникаций

Тема 8. Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Атаевой Т.А.

Дисциплина «Рекламная деятельность»

Цель изучения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у обучающихся компетенций использования маркетинговой информации, необходимой для организации рекламной деятельности торгового предприятия, изучение основных концепций и методов разработки рекламной продукции, умений правильно выбирать средства распространения рекламы, составлять план рекламной кампании, определять и контролировать эффективность его исполнения.

Задачами изучения дисциплины «Рекламная деятельность» являются:

- изучить теоретические основы рекламной деятельности;
- проанализировать совокупности и тактических действий, связанных с организацией рекламной деятельности в коммерции, достижением высокой эффективности рекламных кампаний;
- изучить роли, функций и задач основных участников и составных частей рекламного процесса;
- овладеть основными понятиями в области рекламной деятельности;
- изучить структуры рекламной деятельности, ее основных элементов и классификации рекламы;
- определить роли рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью;
- изучить характеристики средств рекламы;
- приобрести знания и умения, позволяющие выбирать и применять носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций;
- приобрести умения организации рекламных акции и/или рекламных кампаний, оценки их эффективности;
- составить документацию в области рекламной деятельности и проверка правильности ее оформления;
- проанализировать и оценить рекламную деятельность для разработки стратегии организации (предприятия);
- рассмотреть последние теоретических разработок, а также практических форм и методов организации и проведения рекламных кампаний.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	З1 - методы воздействия на потребительский спрос;	У1 - планировать программу рекламной кампании;	В1 - способностью составлять рекламные тексты и планировать

покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	З2 - правила размещения рекламы на рекламных носителях.	У2 - оценивать эффективность рекламных мероприятий.	рекламные мероприятия; В2 - способностью планировать затраты на рекламные кампании; В3 - способностью изучать влияние рекламы на покупательское поведение.
--	---	---	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.2 «Рекламная деятельность» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3-4 курсах

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации». В свою очередь, изучение дисциплины «Рекламная деятельность» является необходимой основой для овладения знаниями по освоению таких дисциплин, как «Язык рекламы», «Копирайтинг», «Медиапланирование».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет **6 зачетных единиц.**

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет **66 часов**, в том числе:

для занятий лекционного типа – **33 часа;**

для занятий семинарского типа – **33 часа;**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **132 часов.**

Формы промежуточной аттестации:

6 семестр – зачет.

7 семестр – экзамен, 18 ч.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), при заочной форме обучения составляет **46 часов**, в том числе:

для занятий лекционного типа – **24 часов;**

для занятий семинарского типа – **22 часов;**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **164 часа.**

Формы промежуточной аттестации:

3 курс – зачет, 2ч.

4 курс – экзамен, 4 ч.

Содержание дисциплины

- Тема 1. Реклама и общество
- Тема 2. Виды и средства распространения рекламы
- Тема 3. Психологические аспекты рекламы
- Тема 4. Организация и планирование рекламной деятельности
- Тема 5. Методы исчисления величины рекламного бюджета
- Тема 6. Основы разработки рекламных обращений
- Тема 7. Оценка эффективности рекламной деятельности
- Тема 8. Рекламный менеджмент и регулирование рекламной деятельности

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ» Тагировым Ш.М.

Дисциплина «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия»

Цели изучения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является овладение навыками работы с технической документацией; приобретение умений и навыков применения теоретических знаний в практических ситуациях, формирование умений и навыков работы со стандартами, проведение измерений и обработка их результатов для принятия квалификационных решений проблем.

Для достижения указанных целей необходимо решить следующие задачи:

- овладеть основными понятиями, уметь их применять;
- изучить составные элементы указанных видов профессиональной деятельности;
- выявить профессиональную значимость знаний;
- овладеть умениями работы со стандартами, техническими условиями и другими нормативными документами;
- знать и уметь применять единицы физических величин в системе СИ;
- уметь проводить измерения и определять их достоверность;
- знать и соблюдать порядок проведения сертификации и декларирования соответствия;
- уметь обеспечивать и контролировать качество продукции, процессов и услуг.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-5	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК-5: готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической,	виды и требования к оформлению технической документации, используемой в профессиональной деятельности	работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности	навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности

товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления			
ПК-1: способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	- методы управления качеством товаров, диагностику дефектов ;	- контролировать качество товаров; -определять дефекты; -проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству	навыками управления качеством товаров, определения дефектов, а также приемки и учета товаров по количеству и качеству

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия» Б1.В.ДВ.7.1 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **147 часов**, в том числе:

- на занятия лекционного типа - 49 ч.;

-на занятия семинарского типа -98 ч;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 141 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет.

2 семестр – экзамен, 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 38 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 14 ч.

-на занятия семинарского типа – 24 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 282 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4ч.

Содержание дисциплины:

1. Предмет, цели, задачи и структура дисциплины
2. Методологические основы стандартизации
3. Принципы и методы стандартизации
4. Средства стандартизации
5. Система стандартизации
6. Техническое регулирование
7. Значение и структурные элементы метрологии
8. Объекты и субъекты метрологии
9. Средства и методы измерений
10. Основы теории измерений
11. Государственная система обеспечения единства измерений (ГСИ)
12. Оценка и подтверждение соответствия
13. Контроль качества продукции и услуг

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана старшим преподавателем кафедры «Маркетинг и коммерция» Шахшаевой Л.М.

Дисциплина «Международная торговля»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины «Международная торговля» является освоение теоретических знаний в области методологии и организации международной коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций, а также овладение студентами способностью проводить с партнерами деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить закономерности, тенденции и принципы развития системы международной торговли;
- рассмотреть понятие конкуренции в международной торговле, ее характер, факторы проявления, особенности и уровень на мировых экспортных рынках;
- ознакомить студентов с нормативной базой, регулирующей право, применимое к договорам во внешнеэкономической деятельности;;
- сформировать представление о составе и состоянии основных международных товарных рынков и характере их развития;
- научить анализировать особенности внешней торговли различных стран мира;
- изучить международные нормативные акты, российское гражданское законодательство, которые регламентируют внешнеэкономическую деятельность предприятий и фирм.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	ФОРМУЛИРОВКА КОМПЕТЕНЦИИ
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Международная торговля»

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	З1 -нормативно – правовые акты, регламентирующие порядок заключения договоров; З2 -требования, предъявляемые к коммерческим партнерам; З3 -правила, проведение деловых переговоров; З4 -порядок заключения, изменения и расторжения договоров	У1 -выбирать контрагентов по сделкам, проводить с ними деловые переговоры; У2 -разрабатывать проекты договоров и контролировать их выполнение	В1 -способностью выбирать деловых партнеров, В2 - навыками ведения переговоров, заключения договоров и методами контроля выполнения договоров
ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое	З1 - организацию и технику операций во внешнеэкономической деятельности;; З2 - порядок	У1 - организовывать материально-технич. обеспечения предприятия, планировать закупки	В1 - методами определения необходимого для осуществления внешнеэкономической

<p>обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.</p>	<p>организация материально-технич. обеспечения предприятия; З3-методы планирование международных закупок товаров с учетом требования конкурентной среды; З4-характеристики видов и форм внешнеторговых операций З5-способы продажи (сбыта) товаров на международных рынках; З5-способы организации товародвижения; методы управления товародвижением, с учетом оптимизации, минимизации потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов</p>	<p>товаров на зарубежных рынках; У2-реализовывать прогрессивные формы продажи товаров. У3-осуществлять международные закупки товаров с учетом оптимизации затрат на их транспортировку и хранение; У4.-рационально организовывать товароснабжение во внешнеэкономических операциях с учетом различных типов транспорта и затрат на доставку; У5-оптимизировать потери товаров и других ресурсов в ходе товароснабжения</p>	<p>профессиональной деятельности материально-технич. обеспечения; В2- методами планирования объемов международной закупки товаров; В3- навыками организации процессов снабжения и закупок при внешнеторговых операциях; В4-навыками определения наиболее предпочтительного варианта закупки зарубежного товара</p>
--	---	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Международная торговля» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.В.ДВ.7.2 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 9 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **147 часов**, в том числе:

на занятия лекционного типа - **49 ч.**

на занятия семинарского типа - **98.**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **141 ч.**

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет;

2 семестр – экзамен, **36 ч.**

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет **38 часов**, в том числе:

лекционного типа - **14 ч.**

семинарского типа - **24.**

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - **282 ч.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен, **4ч.**

Содержание дисциплины

- Тема 1. Основные концепции международной торговли
- Тема 2. Экономическая эффективность внешней торговли
- Тема 3. Классические формы внешнеторговых сделок
- Тема 4. Ценообразование во внешней торговле
- Тема 5. Состязательные формы международной торговли
- Тема 6. Контракт международной купли-продажи товаров
- Тема 7. Внешнеторговая политика государства. Тарифное и нетарифное регулирование ВЭД
- Тема 8. Международные торговые организации
- Тема 9. Место России в современной международной торговле

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Исмаиловой Ф.Н.

Дисциплина «Инновации в торговой деятельности»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления.

Задачами изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» являются:

- изучение исторических аспектов развития инноваций в торговой деятельности;
- формирование современного представления о торговой деятельности;
- приобретение новых и углубление имеющихся знаний в области инновационных технологий оптовой и розничной торговли;
- формирование и закрепление навыков оценки эффективности инновационных мероприятий в торговой деятельности;
- получение информации об особенностях организации и функционирования инноваций в отечественной торговле.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	инновационные процессы торгового обслуживания на предприятии – З-1	оценить уровень качества инновационного потенциала торгового обслуживания на предприятии – У-1	методами оценки уровня качества инновационного обслуживания на предприятии – В-1

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1. В.ДВ.8.1 «Инновации в торговой деятельности» относится к вариативной части Блока Б1. В.ДВ учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *6 зачетных единиц.*

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 99 часа, в том числе:

На занятия лекционного типа - 33 часа;

На занятия семинарского типа -66 часов;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -81 ч.

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

2 семестр – экзамен, 36 ч.

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 10 часов, в том числе:

На занятия лекционного типа - 4 часов;

На занятия семинарского типа -6 часов;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся -202 ч,

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 часа.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину инновации в торговой деятельности

Тема 2. Объективная необходимость нововведений как особой науки – инноваций в торговой деятельности

Тема 3. Тенденции и разновидности развития науки, управление развитием производства

Тема 4. Нововведения как объект инновационного управления торговой деятельностью

Тема 5. Инновационная деятельность и маркетинг

Тема 6. Организация инновационной деятельности торговой деятельности

Тема 7. Механизмы государственного регулирования инновационной деятельности

Тема 8. Функции и методы инновационной деятельности

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Маркетинг в отраслях и в сферах деятельности»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и в сферах деятельности» является формирование у студентов современных взглядов и специальных знаний в области маркетинга в отраслях и в сферах деятельности, приобретение практических навыков, направленных на повышенный спрос на рынке услуг, с учетом удовлетворения потребностей и обеспечения эффективной деятельности фирм.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и в сферах деятельности» являются:

- понимание сущности и основного категориального аппарата маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- навыки применения инструментария маркетинга для выработки управленческих решений в различных отраслях и сферах деятельности;
- способность формировать систему и комплекс маркетинга на предприятиях промышленности, торговли, АК, сферы услуг;
- способность формировать ассортиментную политику с учетом особенностей отрасли в которой работает предприятие (организация);
- способность выбирать и реализовывать стратегии ценообразования для предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
- способность применения основных методов коммуникационной политики с учетом особенностей работы предприятий в различных отраслях и сферах деятельности;
- понимание механизмов организации сбытовой сети и системы товародвижения в различных отраслях и сферах деятельности.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и	Процесс управления ассортиментом и качеством товаров и услуг- З-1 ;	диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг У-1 .	методами осуществления контроля качества товаров и услуг – В-1 .

услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
--	--	--	--

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.8 «Маркетинг в отраслях и в сферах деятельности» относится к вариативной части Блока Б1.В.ДВ.8 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 3 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 216 ч., в зачетных единицах - 6 зачетных единиц.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 99 часов, в том числе:

На занятия лекционного типа – 49 ч.

На занятия семинарского типа – 50 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 117 ч.

Форма промежуточной аттестации: 5-6 семестры - зачет

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 10 часов, в том числе:

На занятия лекционного типа – 4 ч.

На занятия семинарского типа – 4 ч.

На лабораторные занятия – 2 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 204 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 2 ч.

Содержание дисциплины

Тема 1. Промышленный маркетинг.

Тема 2. Агроткетинг

Тема 3. Особенности маркетинга в сфере обращения

Тема 4. Маркетинг в торговле

Тема 5. Маркетинг в сфере туризма

Тема 6. Общая характеристика маркетинга в сфере услуг

Тема 7. Маркетинг страховых услуг

Тема 8. Маркетинг в сфере образования

Тема 9. Маркетинг сервисных и транспортных услуг

Тема 10. Маркетинг в банковской сфере

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.

Дисциплина «Противодействие религиозно-политическому экстремизму»

Целью изучения дисциплины «Противодействие религиозно-политическому экстремизму» является развитие у обучающихся умения работать в коллективе, объективно оценивать современные события, привлекая опыт прошлых поколений; формирование ценностных ориентаций у обучающихся на основе этнокультурных представлений, способствующих воспитанию гражданственности, патриотизма, интернационализма и толерантности в отношении других народов.

В задачи преподавания дисциплины входят:

- формирование у обучающихся способности к осознанному выбору приоритетов, умения выделять негативное и позитивное в современных политических процессах;
- приобретение навыков толерантного восприятия многообразия конфессиональных и культурных различий.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-4	способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции	Компонентный состав компетенции		
	ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
ОК-4- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	З1 – определения, понятия, формы, отражающие социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	У1 – формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в противодействии экстремизму	В1 – навыками конструктивного подхода в профилактике асоциальных явлений

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Противодействие религиозно-политическому экстремизму» относится к факультативной части ФТД.1. для направления подготовки Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности».

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 1 зачетную единицу

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 17 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 17 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся составляет – 19 ч.

Формы промежуточной аттестации:

2 семестр – зачет

Содержание дисциплины

- Тема 1. Сущность экстремизма, религиозно-политического экстремизма, терроризма
- Тема 2. Религиозно-политический экстремизм в России: сущность и специфика.
- Тема 3. Причины эскалации экстремизма в России.
- Тема 4. Религиозно-политический экстремизм на Северном Кавказе.
- Тема 5. Молодежный экстремизм.
- Тема 6. Религиозно-политический экстремизм в исламском мире в современную эпоху
- Тема 7. Зарубежный опыт противодействия РПЭ и терроризму.
- Тема 8. Российский опыт законодательного противодействия РПЭ и терроризму

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.и.н., доцентом кафедры гуманитарных дисциплин Магомедовой Р.И.

Дисциплина «Инновационный маркетинг»

Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Инновационный маркетинг» является получение знаний в области инновационных продуктов и методов маркетинга, обладание универсальными и предметно-специализированными компетенциями, повышение общей культуры и расширение кругозора студентов.

Задачами изучения дисциплины «Инновационный маркетинг» является:

- обеспечение эффективной подготовки студентов к применению методов инновационного маркетинга и использованию инфо-продуктов в собственном бизнесе, консалтинге, отделе маркетинга других предприятий;

- формирование навыков создания и продвижения инфо-продуктов (прежде всего видеокурсов и он-лайн тренингов);

- освоение инновационных методов продвижения, таких как продвижение в сети Интернет, в т. ч. баннерная реклама, продвижение в социальных сетях, создание базы подписчиков, проведение продающих вебинаров (для инфо-продуктов), продвижение товаров через купонные сайты, торговля через интернет-магазины;

- инновационные методы продвижения услуг в области организации тренингов и семинаров, консалтинговых услуг;

- инновационные методы копирайтинга, видео-копирайтинг.

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос	методы и способы прогнозирования спроса, а также выявление потребностей покупателей; – З-1	формирует потребности с помощью маркетинговых коммуникаций, – У-1	способно анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка – В-1

потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка			
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	основные методы анализа маркетинговой деятельности; З-2	разрабатывать маркетинговые стратегии организации в сфере профессиональной деятельности; У-2	навыками оценки профессиональной деятельности для разработки стратегии предприятия в области маркетинга; В-2

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина ФТД.2 «Инновационный маркетинг» относится к факультативным дисциплинам части Блока ФТД.2 учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 1 курсе.

Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет *1 зачетная единица*.

Для очной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет *17 часов*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *17 часов*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *19 часов*.

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Для заочной формы обучения:

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет *4 часа*, в том числе:

На занятия лекционного типа - *4 часа*;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - *30 ч.*,

Форма промежуточной аттестации: *зачет – 2 часа*.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину «Инновационный маркетинг».

Тема 2. Основные понятия инновационного маркетинга

Тема 3. Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга

Тема 4. Маркетинг в инновационной сфере

Тема 5. Регулярный и санационный инновационный маркетинг. 2 метода выбора продукта

Тема 6. Инновационный маркетинг услуг

Тема 7. Интегрированный брендинг

Аннотация рабочей программы дисциплины разработана к.э.н., доцентом кафедры «Маркетинг и коммерция» Хасбулатовой Б.М.