

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.02 Гражданское и налоговое право
в коммерческой деятельности»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование у магистров теоретических знаний и практических навыков правового регулирования отношений, возникающих в процессе осуществления коммерческой деятельности, в сфере торгового оборота, в системе хозяйственных связей и овладения механизма регулирования маркетинговых отношений.

Задачи дисциплины: усвоение общих положений российского законодательства, регулирующего предпринимательские отношения; формирование умения анализировать действующее законодательство при принятии обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; выработка навыков правильного применения предпринимательского законодательства; анализе системы договорных отношений и способов обеспечения обязательств как условия укрепления хозяйственных связей.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности» относится к Блоку 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана «части формируемой участниками образовательных отношений». Изучение дисциплины базируется на знаниях предшествующих дисциплин, таких как: «Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью», «Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности», «Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций», а также для последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом, такие как: «Стратегический маркетинг в торговле », «Брендинг в онлайн-торговле», «Управление рыночными инновациями и изменениями», «Реклама и продвижение в интернет», «Управление интернет-проектами», «Политика ценообразования коммерческого предприятия», «Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2- Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1- Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	<p>Знает: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p> <p>Знает: нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации</p> <p>Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность при разработке и реализации маркетинговых программ торгового предприятия.</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения товарной политики в торговой организации</p> <p>Знает: законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций</p> <p>Знает: правовую регламентацию свободных рыночных цен</p> <p>Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию с учетом ценовой политики организации</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты при формировании ценовой политики в коммерческой организации</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при формировании ценовой политики в коммерческой организации</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<p>ИПК-2.3-Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации</p> <p>ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p>	<p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы ценообразования на предприятии</p> <p>Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации</p> <p>Знает: правовую регламентацию каналов товародвижения в маркетинге</p> <p>Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регуливающую сбытовую деятельность организации</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие сбытовую деятельность организации</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения сбытовой политики в коммерческой организации</p> <p>Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации</p> <p>Знает: законодательство о рекламной деятельности</p> <p>Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регуливающую систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
<p>ИПК-3.1- Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.</p>	<p>Знает: основы рекламы, гражданского права, налогообложения</p> <p>Знает: систему налогообложения для субъектов электронной коммерции:</p> <p>Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p> <p>Умеет: согласовывать условия договора на реализацию стратегии продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде.</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>Владеет: навыками разработки договорной документации по реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.</p>
ПК-4 Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	
<p>ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде</p> <p>ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации</p>	<p>Знает: основы права, налогообложения</p> <p>Знает: основы трудового законодательства</p> <p>Умеет: разрабатывать систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде</p> <p>Знает: основы налогообложения и права</p> <p>Знает: основы трудового законодательства</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<p>специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>ИПК-4.3 Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет- торговле</p>	<p>Умеет: оценивать результативность труда специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>Умеет: разрабатывать организационно-правовую документацию по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>Знает: основы налогообложения, основы права</p> <p>Знает: основы трудового законодательства</p> <p>Умеет: применять инструменты управления и контроля персонала в интернет- торговле</p> <p>Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке организационно-правовой документации по управлению и контролю персонала</p> <p>Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>Владеет: навыками по применению инструментов управления и контроля персонала по интернет-маркетингу</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	13	1	2	-	10
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	13	1	2	-	10
3.	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	13	1	2	-	10
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	12	1	1	-	10
5.	Организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	17	-	1		16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	68	4	8	-	56
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	-				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрены**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор канд. экон. наук, доцент Валькович О.Н.