

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Кубанский государственный университет»
Факультет экономический
Кафедра маркетинга и торгового дела

ПРИНЯТО

На заседании Ученого совета
университета
Протокол № 11 от 25.05.2022 г.

УТВЕРЖДАЮ



Проректор по учебной работе, качеству
образования – первый проректор

25.05.2022 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) / специализация
Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Уровень высшего образования
бакалавриат

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Краснодар
2022

Лист согласования основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Разработчики ОПОП:

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела

подпись

2. Муратова А.Р., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

подпись

3. Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

подпись

4. Малкова Е.М., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

подпись

5. Журавлева Е.А., профессор кафедры маркетинга и торгового дела

подпись

6. Салафаниди Г.С., директор ООО «Трансинфо»

подпись

7. Омеляненко А.В., директор ООО «Профессионал Юга»

подпись

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 от 22.04.2022 г.

Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 11 от 17.05.2022 г.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

1. Мальковская Я.В., директор маркетингового агентства «Маркита», канд. экон. наук

2. Шевченко И.В., доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, зав. кафедрой мировой экономики и менеджмента, заслуженный экономист РФ

Рецензии на ОПОП представлены в приложении 8.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 2.1. Цель образовательной программы
- 2.2. Объем образовательной программы
- 2.3. Срок получения образования
- 2.4. Форма обучения
- 2.5. Язык реализации программы
- 2.6. Требования к абитуриенту
- 2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы
- 2.8. Применение электронного обучения

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

- 3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 3.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:
- 3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:
- 3.4. Перечень профессиональных стандартов (при наличии)

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 4.1. Структура и объем образовательной программы
- 4.2. Учебный план и календарный учебный график
- 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик
- 4.4. Программа государственной итоговой аттестации
- 4.5. Рабочая программа воспитания
- 4.6. Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам
- 4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации

Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

- 6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы
- 6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы
- 6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы
- 6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы
- 6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- 6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы
- 6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников

Приложение 2. Учебный план и календарный учебный график

Приложение 3. Аннотации к рабочим программам дисциплин

Приложение 4. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

- Приложение 5. Рабочие программы практик
- Приложение 6. Программа государственной итоговой аттестации
- Приложение 7. Матрица компетенций
- Приложение 8. Рецензия (-и) на ОПОП
- Приложение 9. Рабочая программа воспитания
- Приложение 10. Календарный план воспитательной работы КубГУ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП, образовательная программа), реализуемая в Кубанском государственном университете (далее - Университет) по направлению подготовки Торговое дело направленность (профиль) электронная коммерция и интернет-маркетинг является комплексным учебно-методическим документом, разработанным на основе соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельностью выпускников).

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки Торговое дело, утвержденный приказом Минобрнауки России от 12.08.20 № 963 (далее - ФГОС ВО);
- Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «16» мая 2019 г. № 95 н;
- Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» июня 2018 г. № 366 н;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. № 301;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636;
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 05.08.2020 № 885 и приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 390;
- Устав ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;
- Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

1.3. Перечень сокращений

- ВКР - выпускная квалификационная работа
- ГИА - государственная итоговая аттестация
- ЕКС - единый квалификационный справочник
- з.е. - зачетная единица (1 з.е. – 36 академических часов; 1 з.е. – 27 астрономических часов)
- ИКТ - информационно-коммуникационные технологии
- ОВЗ - ограниченные возможности здоровья
- ОПОП - основная профессиональная образовательная программа

- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК - общепрофессиональные компетенции
- ПК - профессиональные компетенции
- ПКО - обязательные профессиональные компетенции (в случае установления ПООП)
- ПКР - рекомендуемые профессиональные компетенции (в случае установления ПООП)
- ПКС - специальные профессиональные компетенции (в случае установления Университетом)
- ПООП - примерная основная образовательная программа
- ПС - профессиональный стандарт
- УГСН - укрупненная группа направлений и специальностей
- УК - универсальные компетенции
- ФЗ - Федеральный закон
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ОС - оценочные средства
- ФТД - факультативные дисциплины

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (*бакалавриат*) по направлению Торговое дело и направленности (профилю) электронная коммерция и интернет-маркетинг включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы практик и научно-исследовательской работы (НИР), программу государственной итоговой аттестации (ГИА), рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы, оценочные и методические материалы, другие материалы (компоненты), обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

2.1. Миссия и цели ОПОП

Миссия направления. Формирование базовой системы знаний и умений в подготовке и принятии управленческих решений, направленных на создание и развитие рыночного потенциала торговых компаний в современной цифровой среде на основе маркетинговых принципов и подходов.

Образовательные и профессиональные цели обучения. Целью направления является подготовка квалифицированных специалистов и предпринимателей, а также менеджеров различных уровней управления и направлений торгово-розничной, сбытовой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельности предприятий и организаций всех форм собственности любых отраслей и сфер российской экономики, осуществляющих коммерческую деятельность в онлайн- и офлайн-среде инструментами интернет-торговли и интернет-маркетинга, а также государственных органов управления, экспертизы и контроля коммерческой деятельности.

Образовательная программа бакалавриата по направлению «Торговое дело» предусматривает формирование обще-гуманитарного, социального и обще-экономического мировоззрения, естественнонаучных основ общепрофессиональной квалификации и специализированного профессионального набора знаний и умений, позволяющих соответствовать запросам рынка квалифицированного труда, адаптироваться к требованиям конкретных работодателей и непрерывно развивать свой потенциал посредством накопления опыта и дополнительных знаний. Бакалавры направления «Торговое дело» должны быть подготовлены также для дальнейшего обучения на

следующем уровне профессионального образования по программам магистратуры профильных направлений.

Профиль программы бакалавриата «*Электронная коммерция и интернет-маркетинг*» конкретизирует ориентацию программы на виды деятельности, связанные с маркетинговой и сбытовой активностью торговых и иных коммерческих предприятий в онлайн-среде с использованием инструментов и технологий интернет-маркетинга.

В области воспитания целью ОПОП является оказание содействия формированию личности обучающегося на основе присущей российскому обществу системы ценностей, развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, толерантности.

Образовательная программа носит актуальный практико-ориентированный характер, направлена на профессиональную подготовку активного, конкурентоспособного специалиста нового поколения, знакомого с международными практиками электронной коммерции и интернет-маркетинга, обладающего аналитическими навыками в подготовке управленческих решений и реализации проектов развития предприятия.

В программе используются современные образовательные технологии, включающие деловые игры, интернет-проектирование, тренинги, деловые ситуации, разбор реальных бизнес-кейсов, способствующие развитию интеллекта, творческих способностей, критического мышления и т.п.

2.2. Объем образовательной программы

Объем образовательной программы составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.).

Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, не включая объем факультативных дисциплин, составляет не более 70 з.е., а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

2.3. Срок получения образования

Срок получения образования 4 года, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

2.4. Форма обучения очная

2.5. Язык реализации программы – русский

2.6. Требования к абитуриенту

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

Требования к абитуриенту, вступительные испытания, особые права при приеме на обучение по образовательным программам бакалавриата регламентируются локальным нормативным актом.

2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы – не используется.

2.8. Применение электронного обучения:

Программа реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в различных комбинациях и сочетаниях.

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Область (-и) профессиональной деятельности и сфера (-ы) профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06. Связь, информационные и коммуникационные технологии;

08. Финансы и экономика

3.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

– организационно-управленческий;

– аналитический.

3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:

Определения характеристики профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сферах проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационных маркетинговых технологий и сетей (веб-сайты, мобильные приложения, интернет-порталы, торговые интернет-площадки, базы данных), управления их жизненным циклом; в сфере продвижения продукции, услуг, брендов, интернет-магазинов и иных торговых предприятий, веб-сайтов, мобильных приложений, инновационных продуктов.	Организационно-управленческий	Продвижение объектов коммерческой деятельности, торговых предприятий, брендов посредством веб-сайтов, интерактивных приложений, социальных сетей и иных каналов продаж, порталов и сервисов в информационно-телекоммуникационных сетях. Формирование и реализация маркетинговых программ, направленных на улучшение рыночных позиций предприятий, развитие социально-экономических отношений и укрепление национальной экономики.	Технологии интернет-продвижения объектов коммерческой деятельности Стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет Рекламные стратегии в сети интернет Стратегии продвижения в социальных сетях Потребительское поведение как основа для разработки стратегий продвижения Стратегии формирования партнёрских отношений с субъектами коммерческой деятельности

<p>08 Финансы и экономика в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).</p>	<p>Аналитический</p>	<p>Изучение, анализ и выявление закономерностей, тенденций и взаимосвязей социально-экономических процессов и явлений в на рынках различных уровней, в отраслях, на конкретных предприятиях различных сфер деятельности, отраслей и форм собственности, для принятия управленческих решений, обеспечивающих создание и эффективное управление коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельностью предприятий и организаций всех форм собственности любых отраслей и сфер российской экономики</p>	<p>Технологии проведения маркетинговых исследований</p> <p>Маркетинговые программы торговых предприятий</p> <p>Маркетинговая деятельность торговых предприятий</p> <p>Потребительское поведение</p> <p>Ценовая политика торгового предприятия</p> <p>Системы сбыта торгового предприятия</p> <p>Массивы данных маркетинговой информации</p> <p>Товарная политика торговых предприятий</p> <p>Рекламные стратегии торговых предприятий</p>
---	----------------------	---	---

3.4. Перечень профессиональных стандартов (при наличии)

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу по направлению подготовки Торговое дело направленность (профиль) электронная коммерция и интернет-маркетинг:

08.35 Маркетолог;

06.43 Специалист по интернет-маркетингу.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников образовательной программы, представлен в Приложении 1.

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Структура и объем образовательной программы

Образовательная программа по направлению подготовки Торговое дело направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем образовательной программы

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	207
Блок 2	Практика	24
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем программы		240

Программа включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций.

В обязательную часть программы включаются, в том числе:

дисциплины (модули), указанные в пункте 2.2 ФГОС ВО;

дисциплины (модули) по физической культуре и спорту, реализуемые в рамках Блока 1 "Дисциплины (модули)".

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть программы и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, должен составлять не менее 30 процентов общего объема программы.

При реализации образовательной программы обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) (избираемых в обязательном порядке) и факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы). Избранные обучающимся элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

Факультативные дисциплины не включаются в объем образовательной программы и призваны углублять и расширять научные и прикладные знания, умения и навыки обучающихся, способствовать повышению уровня сформированности универсальных и (или) общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы. Избранные обучающимся факультативные дисциплины являются обязательными для освоения.

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе - практики).

Типы учебной практики:

Ознакомительная

Типы производственной практики:

Торгово-экономическая

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы

4.2. Учебный план и календарный учебный график

Учебный план - документ, который определяет перечень, трудоёмкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, формы промежуточной аттестации обучающихся. В учебном плане выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее – контактная работа) по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

Календарный учебный график устанавливает по годам обучения (курсам) последовательность реализации и продолжительность теоретического обучения, зачётно-экзаменационных сессий, практик, ГИА, каникул.

Учебный план и календарный учебный график представлены в приложении 2, копии размещаются на официальном сайте Университета.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик

Копии рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и практик (приложение 4, приложение 5), аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы в приложении 3) размещаются на официальном сайте Университета. Место модулей в образовательной программе и входящих в них учебных дисциплин, практик определяется в соответствии с учебным планом.

4.4. Программа государственной итоговой аттестации

Целью ГИА является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Торговое дело.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальными нормативными актами Университета.

В Блок 3 образовательной программы «Государственная итоговая аттестация» входят:

Форма (ы) ГИА	Количество з.е.	Перечень проверяемых компетенций
Защита выпускной квалификационной работы	6	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-2.3; ИУК-2.4; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-4.2; ИУК-4.3; ИУК-4.4; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-5.3; ИУК-5.4; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИУК-7.1; ИУК-7.2; ИУК-8.1; ИУК-8.2; ИУК-9.1; ИУК-10.1; ИУК-10.2; ИУК-11.1; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-1.3; ИОПК-1.4; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-2.4; ИОПК-2.5; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-3.4; ИОПК-3.5; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-4.3; ИОПК-4.4; ИОПК-4.5; ИОПК-4.6; ИОПК-4.7; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИОПК-5.3; ИОПК-5.4; ИОПК-6.1; ИОПК-6.2; ИОПК-6.3; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-1.4; ИПК-1.5; ИПК-1.6; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-2.5; ИПК-2.6; ИПК-2.7; ИПК-2.8; ИПК-2.9; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-

		3.7; ИПК-3.8; ИПК-3.9; ИПК-3.10; ИПК-3.11; ИПК-3.12; ИПК-3.13; ИПК-3.14; ИПК-3.15; ИПК-3.16; ИПК-3.17; ИПК-3.18; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-4.4; ИПК-4.5; ИПК-4.6; ИПК-4.7; ИПК-4.8; ИПК-4.9; ИПК-4.10; ИПК-4.11; ИПК-4.12; ИПК-4.13; ИПК-4.14; ИПК-4.15; ИПК-4.16; ИПК-4.17
--	--	--

Целью ВКР являются: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Копия программы ГИА (приложение б) размещается на официальном сайте Университета.

4.5. Рабочая программа воспитания

Рабочая программа воспитания ОПОП (бакалавриат) Торговое дело - это нормативный документ, регламентированный Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г., ФЗ-273 (ст..2,12.1,30), который содержит характеристику основных положений воспитательной работы направленной на формирование универсальных компетенций выпускника; информацию об основных мероприятиях, направленных на развитие личности выпускника, создание условий для профессионализации и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Основные направления воспитательной работы вуза и годовой круг событий и творческих дел ФГБОУ ВО отражены в программе воспитания вуза и календарном плане воспитательной работы.

В рабочей программе воспитания ОПОП бакалавриата Торговое дело указаны возможности ФГБОУ ВО «КубГУ» и конкретного структурного подразделения (факультета/института) в формировании личности выпускника.

В рабочей программе воспитания приводятся стратегические документы ФГБОУ ВО «КубГУ», определяющие концепцию формирования образовательной среды вуза, обеспечивающей развитие универсальных компетенций обучающихся, а также документы, подтверждающие реализацию вузом выбранной стратегии воспитания.

Дается характеристика условий, созданных для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся.

Указаны задачи и основные направления воспитательной работы факультета (института), ООП бакалавриата и условия их реализации.

Календарный план воспитательной работы

В календарном плане воспитательной работы указана последовательность реализации воспитательных целей и задач ОПОП по годам, включая участие студентов в мероприятиях ФГБОУ ВО «КубГУ» деятельности общественных организаций вуза,

волонтерском движении и других социально-значимых направлениях воспитательной работы.

4.6. Оценочные материалы

Оценка качества освоения обучающимися данной образовательной программы включает текущий контроль, промежуточную аттестацию и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Оценочные материалы для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям представлены в виде комплекса оценочных средств.

Оценочные средства (далее - ОС) - это комплект методических материалов, устанавливающий процедуру и критерии оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам.

Комплект оценочных средств включает в себя:

– перечень типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике (задания для семинаров, практических занятий и лабораторных работ, практикумов, коллоквиумов, контрольных работ, зачетов и экзаменов, контрольные измерительные материалы для тестирования, примерная тематика курсовых работ, рефератов, эссе, докладов и т.п.);

– методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике.

Примерный перечень оценочных средств образовательной программы для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: вопросы и задания для проведения экзамена (зачёта); отчёт по практике (дневник практики); деловая и/или ролевая игра; проблемная профессионально-ориентированная задача; кейс-задача; коллоквиум; контрольная работа; дискуссия; портфолио; проект; разноуровневые задачи и задания; реферат; доклад (сообщение); собеседование; творческое задание; тест; эссе и др.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности Университет привлекает к экспертизе оценочных средств представителей сообщества работодателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации

Методические материалы представляют комплект методических материалов по дисциплине (модулю, практике, ГИА), сформированный в соответствии со структурой и содержанием дисциплины (модуля, практики, ГИА), используемыми образовательными технологиями и формами организации образовательного процесса и являются неотъемлемой частью соответствующих рабочих программ дисциплин (модулей), практик, программы государственной итоговой аттестации.

Организационно-методические материалы (методические указания, рекомендации), позволяют обучающемуся оптимальным образом спланировать и организовать процесс освоения учебного материала.

Учебно-методические материалы направлены на усвоение обучающимися содержания дисциплины (модуля, практики, ГИА), а также направлены на проверку и соответствующую оценку сформированности компетенций обучающихся на различных этапах освоения учебного материала.

В качестве учебных изданий используются учебники, учебные пособия, учебно-методические пособия, рабочие тетради, практикум, задачник и др.

**Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (для программы бакалавриата)

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции (ИУК)
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи ИУК 1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК 2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов ИУК 2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач ИУК 2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач ИУК 2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК 3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации ИУК 3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка ИУК 4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах) ИУК 4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами ИУК 4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах

Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК 5.1 Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах ИУК 5.2 Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний ИУК 5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития ИУК 5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК 6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования ИУК 6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК 7.1 Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний ИУК 7.2 Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры
Безопасность жизнедеятельности	ФГОС ВОЗ++ 2017-2018 гг. УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	ИУК 8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов ИУК 8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему
	ФГОС ВО 3++ 2020 г. УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов возникновении	ИУК 8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов ИУК 8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему
Инклюзивная компетентность	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания	ИУК 9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в

	в социальной и профессиональной сферах	процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК 10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов ИУК 10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК 11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм

5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИОПК)
	ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;	ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью
	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;	ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и

		<p>анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
	<p>ОПК-3</p> <p>Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов;</p>	<p>ИОПК-3.1 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p> <p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p> <p>ИОПК-3.3 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия</p> <p>Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
	<p>ОПК-4</p> <p>Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;</p>	<p>ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса</p> <p>ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгово-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии</p> <p>ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов</p> <p>ИОПК-4.5 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-4.6 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>

	ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	ИОПК-5.1 Применяет базовые компьютерные и программные средства решения профессиональных задач ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью

5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) Профессионального (ых) стандарта (ов) (ПС) и/или типа профессиональных задач (ТПЗ)	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции (ИПК)
Тип задач профессиональной деятельности: аналитический		
ПС 08.035Маркетолог ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия

		ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью
<p>ПС 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОТФ</p> <p>Н Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Ж Управление реализацией стратегии продвижения интернет-продвижения</p>	<p>ПК-2</p> <p>Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	<p>ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p> <p>ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия</p> <p>ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p> <p>ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p> <p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p> <p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p> <p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий		
<p>ПС 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОТФ</p> <p>И Разработка стратегии продвижения в информационно-</p>	<p>ПК 3</p> <p>Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p> <p>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления</p>

<p>телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	<p>розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p> <p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании</p> <p>ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов</p> <p>ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде</p> <p>ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия</p> <p>ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ</p> <p>ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия</p> <p>ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера</p> <p>ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для</p>
---	--	---

		<p>эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p> <p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p> <p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p> <p>ИПК-3.14 Обработывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p> <p>ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности</p> <p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p> <p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p> <p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
<p>ПС 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОТФ</p> <p>Управление реализацией стратегии продвижения интернет-</p>	<p>ПК 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p> <p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании</p> <p>ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с</p>

		<p>потребителями и другими игроками рынка</p> <p>ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании</p> <p>ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде</p> <p>ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия</p> <p>ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия</p> <p>ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ</p> <p>ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p> <p>ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p> <p>ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия</p> <p>ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия</p> <p>ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в офлайн и онлайн-среде</p>
--	--	---

		<p>ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга</p> <p>ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров</p> <p>ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
--	--	---

Матрица компетенций представлена в приложении 7.

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы, а также механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы

6.1.1. Университет располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом, которое закреплено учредителем за Университетом на праве оперативного управления.

6.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием собственных ресурсов и ресурсов иных организаций (официальный сайт <https://kubsu.ru/>; электронно-библиотечные системы (ЭБС).

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Использование ресурсов электронной системы обучения в процессе реализации программы регламентируется соответствующими локальными нормативными актами.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

6.1.3. Образовательная программа в сетевой форме не реализуется

6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы

6.2.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Образовательный процесс по реализации образовательной программы организуется на базе:

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номера аудиторий / кабинетов
	Учебные аудитории для занятий лекционного типа	Ауд. 201А, 202А, 205А, 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	А208Н, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 5043Л 201А, 202А, 205А, 520А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н,
	Аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	ауд. 206 А (кафедра Маркетинга и торгового дела)
	Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Кафедра Маркетинга и торгового дела ауд.206А
	Аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	А208Н, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 5043Л 201А, 202А, 205А, 520А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
	Помещения для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением неограниченного доступа в электронную информационно-образовательную среду организации для каждого обучающегося, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин	Ауд. 201Н, 202Н, 213А, 218А
	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Н204А, 211Н, 219Н
	Спортивный зал	Спортивный зал № 1 (422,7 М ²); Спортивный зал № 2 (424,4 М ²); Стадион (общая площадь 21883 м ²); Стандартное футбольное поле (общая площадь 7140 м ²) с искусственным травяным покрытием; Мини-футбольное поле (общая площадь 1055,2 м ²) с искусственным покрытием; Спортзал (88,3 м ²); Тренажерный зал физкультурно-оздоровительного комплекса с плавательным бассейном (общая площадь 141,6 м ²);

	Тренажерные залы физкультурно-оздоровительного центра КубГУ (общая площадь 80,4 м2); Зал для занятий фитнесом и аэробикой (площадь 129 м2); Спортивный зал для единоборств (площадь 173,4 м2); Бассейн (общая площадь 2830 м2) на 6 стандартных дорожек (площадь зеркала бассейна 400 м2) физкультурно-оздоровительного комплекса с плавательным бассейном
Компьютерные классы с выходом в Интернет	201Н (19 мест), 202Н (15 мест), 203Н (15 мест), А203Н (15 мест)
Кабинеты иностранных языков	А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л
Лаборатории	Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н Лаборатория управления в технических системах 207Н Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А Лаборатория экономики и управления 212Н Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.2.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.2.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий, библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

6.2.5. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ (при наличии) обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

6.3.1. Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы на иных условиях.

6.3.2. Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.3.3. 100 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 70) численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.3.4. 15 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 5) численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.3.5. 81 процент (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 60) численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

В реализации программы участвуют ведущие преподаватели Университета, имеющие научный и практический опыт в сфере торгового дела, менеджмента и интернет-маркетинга - авторы учебников, учебных пособий, монографий и научных статей по проблемам маркетинга, брендинга, формирования и реализации маркетинговых стратегий, маркетинговых коммуникаций, инновационных маркетинговых технологий.

Среди них:

Костецкий А. Н., канд. экон. наук, доцент, Почетный работник высшего образования РФ, зав. Кафедрой. Автор монографий (*учебников*):

Маркетинг (ключевые темы)

Информационное обеспечение маркетинговых решений: учебное пособие

Управление интеллектуальными активами: учебное пособие

Муратова А.Р., канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (*учебников*):

Инновационные маркетинговые технологии в торговле и сфере услуг: практикум

Управление продажами (учебное пособие)

Интерактивные формы обучения (учебно-методическое пособие)

Экономическая эффективность бизнес-проектов: учебно-методическое пособие

Категорийный менеджмент: управление ассортиментом торговых предприятий: учебное пособие

Мотивация трудовой деятельности: учебно-методическое пособие

Шевченко Е.В. канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (*учебников*):

Роль малого хозяйственного уклада в повышении эффективности общественного производства: монография

Маркетинговое консультирование. Методическое пособие

Брендинг: основы формирования и управления образом предприятия: учеб. пособие

Мерчандайзинг: учеб. пособие

Управление маркетинговым и торговым персоналом: учеб. пособие

Малкова Е.М. канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (учебников):
Маркетинг услуг: учебное пособие
Экономика и управление в сфере услуг: современные инструменты и тенденции

Журавлёва Е.А., д-р. экон. наук, профессор кафедры. Автор монографий (учебников):

Конкурентоспособные стратегии реструктуризации предприятий агробизнеса (на примере Краснодарского края) (монография)

Свидетельство на интеллектуальный продукт «Способ оценки вхождения предприятия в рынок» №73200700085 от 22.10.2007 (интеллектуальный продукт)

6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.

6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

6.5.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

6.5.2. В целях совершенствования образовательной программы Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

6.5.3. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

6.5.4. Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии) и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы

Целью формирования и развития социокультурной среды реализации образовательной программы на экономическом факультете является подготовка профессионально и культурно ориентированной личности, обладающей мировоззренческим потенциалом, способностями к профессиональному, интеллектуальному и социальному творчеству, владеющей устойчивыми умениями и навыками выполнения профессиональных обязанностей.

Деятельность по организации и развитию воспитывающей социально-культурной среды на факультете ведётся деканом, заместителем декана по воспитательной, внеучебной работе и общим вопросам, студенческим советом факультета, студенческим советом общежития, профсоюзной организацией студентов, кураторами академических групп.

Приоритетными направлениями социальной, внеучебной и воспитательной работы на факультете необходимыми для всестороннего развития личности студента являются: учебная, культурно-досуговая, научно-исследовательская, спортивно-массовая, общественная деятельность

На факультете проводятся внеучебные мероприятия, расширяющие возможности овладения профессиональными компетенциями:

Лекции и мастер-классы от руководителей и ведущих специалистов профильных организаций

Дни карьеры

Встречи с работодателями

Мероприятия по обзору программ академической мобильности

Научно-практические конференции

Кураторские часы

Дни первокурсника

Фестиваль «Этажи»

Конкурс «Мисс и Мистер экономический факультет

День Знаний Экономического факультета

Ежегодный футбольный матч "Преподаватели - Студенты ЭФ"

На факультете действуют органы студенческого самоуправления:

Студенческий Совет Экономического факультета КубГУ

6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Реализация образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья основывается на требованиях ФГОС ВО, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 №301), локальных нормативных актов.

Обучение по образовательным программам инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется Университетом с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Университет создаёт необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ:

– альтернативная версия официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

– специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации и др.);

– пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;

– специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;

- электронная информационно-образовательная среда, включающая использование дистанционных образовательных технологий.

Обучающиеся с ОВЗ при необходимости на основании личного заявления могут получать образование на основе адаптированной основной профессиональной образовательной программы. Адаптация ОПОП осуществляется путём включения в учебный план специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа проектируется с учётом индивидуальной программы реабилитации инвалида, разработанной федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Выбор профильных организаций для прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ и при условии выполнения требований доступности социальной среды.

Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Для инвалидов и лиц ОВЗ в Университете установлен особый порядок освоения дисциплины (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

В Университете создана толерантная социокультурная среда. Деканатами факультетов, при необходимости, назначаются лица (кураторы), ответственные за педагогическое сопровождение индивидуального образовательного маршрута инвалидов и лиц с ОВЗ, предоставляется помощь студентов-волонтеров. Университетом осуществляется комплекс мер по психологической, социальной, медицинской помощи и поддержке обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

Перечень профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	наименование	Уровень квалификации	наименование	код	Уровень (подуровень) квалификации
06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	Н	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	6	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/01.6	6
				Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/02.6	
				Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/03.6	
	I	Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	6	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	I/01.6	6
				Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	I/02.6	
				Анализ трафика на веб-сайт	I/03.6	
J	Управление реализацией стратегии	6	Проведение работ по реализации стратегии	J/01.6	6	

		интернет-продвижения		продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
				Организация и проведение электронных рассылок	J/02. 6	
				Корректировка стратегии продвижения	J/03. 6	
				Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	J/04. 6	
08/035 МАРКЕТОЛОГ	А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	A/01 .6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	A/02 .6	

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11 от 27.05.2022

38.03.06

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Кафедра: Маркетинга и торгового дела

Факультет: Экономический факультет

Квалификация: Бакалавр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Учебный год 2022-2023

Образовательный стандарт (ФГОС) № 963 от 12.08.2020

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 4 г.

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты	Приказ Минтруда
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	№ 95н от 19.02.2019 г.
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА	
08.035	МАРКЕТОЛОГ	№ 366н от 04.06.2018 г.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	организационно-управленческий
-	аналитический

СОГЛАСОВАНО

Проректор по УРИКО-ПП

Начальник УМУ

Декан

Председатель УМК

Зав. кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

" 27 " 05 2022

Асманов М.В.

 / Хагуров Т.А./
 / Карапетян Ж.О./
 / Шевченко И.В./
 / Дробышевская Л.Н./
 / Костецкий А.Н./

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь			Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль			Март				Апрель			Май				Июнь				Июль				Август													
	Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31			
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52				
I										*								*	Э	*	Э	Э	К				*															Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
II										*									Э	*	Э	Э	К				*																	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III										*									Э	*	Э	У	У	К				*																	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV										*									Э	*	Э	Э	К	П	П	П	*	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К		

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8	Всего	
	Теоретическое обучение	17	18	35	17	18	35	17	17	34	17		17	121
Э	Экзаменационные сессии	2 4/6	2 2/6	5	2 4/6	2 2/6	5	1 4/6	2 2/6	4	2 4/6		2 4/6	16 4/6
У	Учебная практика							2		2				2
П	Производственная практика											14	14	14
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											6	6	6
К	Каникулы	1	8 4/6	9 4/6	1	8 4/6	9 4/6	1	8 4/6	9 4/6	1	9	10	39
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	9 2/6□ (56 дн)
Продолжительность обучения □ (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.			
Итого		22	30	52	22	30	52	23	29	52	22	30	52	208
Студентов														
Групп														

	+	Б1.В.04	Розничные торговые предприятия и сети	4			4	4	144	144	58.3	54	50	35.7					4				45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.05	Контент-менеджмент		4		3	3	108	108	59.2	54	48.8						3				45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.06	Продвижение в социальных сетях	4			2	2	72	72	56.2	54	15.8						2				45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.07	Ценообразование на коммерческом предприятии		4		3	3	108	108	59.2	54	48.8						3				45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.08	Веб-дизайн	5			4	4	144	144	56.3	52	52	35.7							4		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.09	Маркетинговые коммуникации		5		3	3	108	108	55.2	50	52.8							3			45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.10	Медиапланирование и Public Relations		5		2	2	72	72	52.2	50	19.8							2			45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.11	Распределительно-логистические системы		5		2	2	72	72	54.2	52	17.8							2			48	Мировой экономики и менеджмента	
	+	Б1.В.12	Реклама и продвижение в интернет		5		3	3	108	108	58.2	52	49.8							3			45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.13	Маркетинг в международной торговле	6			4	4	144	144	57.3	50	60	26.7							4		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.14	Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ	6			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7							3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.15	Стратегии интернет-маркетинга	6		6	4	4	144	144	62.3	50	55	26.7							4		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.16	Управление интернет-проектами	6			4	4	144	144	59.3	52	58	26.7							4		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.17	Корпоративная социальная ответственность		6		2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		48	Мировой экономики и менеджмента	
	+	Б1.В.18	Мерчандайзинг		6		2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.19	Поисковая оптимизация		6		2	2	72	72	54.2	52	17.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.20	Практикум по продажам		6		2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.21	Веб-аналитика	7			4	4	144	144	72.3	68	36	35.7								4	45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.22	Торговые выставки и ярмарки	7			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7							3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.23	Управление интеллектуальной собственностью	7			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7							3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.24	Управление продуктом и ассортиментом	7			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7							3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.25	Формирование и управление партнёрскими отношениями	7			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7							3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.26	Брендинг и собственные торговые марки	7			3	3	108	108	56.2	50	51.8								3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.27	Маркетинговый аудит	7			2	2	72	72	40.2	34	31.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.28	Методы анализа и прогнозирования спроса	7			3	3	108	108	40.2	32	67.8								3		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.29	Практикум по креативному маркетингу	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины 1 (ДЭ.1)	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2				
	+	Б1.В.ДЭ.01.01	Торговля товарами промышленного назначения	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	-	Б1.В.ДЭ.01.02	В2В-маркетинг	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины 2 (ДЭ.2)	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2				
	+	Б1.В.ДЭ.02.01	Методы стратегического анализа	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	-	Б1.В.ДЭ.02.02	Конкурентный анализ в отрасли	7			2	2	72	72	38.2	34	33.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
Блок 2.Практика							24	24	864	864	216		648	216							3		21		
Обязательная часть							3	3	108	108	48		60	48								3			
	+	Б2.О.01	Учебная практика, в т.ч.:	5			3	3	108	108	48		60	48							3				
	+	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	5			3	3	108	108	48		60	48							3		45	Маркетинга и торгового дела	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							21	21	756	756	168		588	168										21	
	+	Б2.В.01	Производственная практика, в т.ч.:	8			21	21	756	756	168		588	168								21			
	+	Б2.В.01.01(П)	Торгово-экономическая практика	8			21	21	756	756	168		588	168								21	45	Маркетинга и торгового дела	
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	20.5		303.5											9	
	+	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы				9	9	324	324	20.5		303.5									9			
	+	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы				6	6	216	216	20		196									6	45	Маркетинга и торгового дела	
	+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы				3	3	108	108	0.5		107.5									3	45	Маркетинга и торгового дела	
ФТД.Факультативные дисциплины							4	4	144	144	68.4	68	75.6								2	2			
	+	ФТД.01	Некоммерческий маркетинг		5		2	2	72	72	34.2	34	37.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
	+	ФТД.02	Customer Experience Management (на англ.яз.)		6		2	2	72	72	34.2	34	37.8								2		45	Маркетинга и торгового дела	

		Итого					Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4		
		Баз. %	Вар. %	ДЭ(от Вар.) %	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8
					Не менее	Факт												
	Итого (с факультативами)				190	244	60	30	30	60	30	30	64	32	32	60	30	30
	Итого по ОП (без факультативов)				186	240	60	30	30	60	30	30	60	30	30	60	30	30
Б1	Дисциплины (модули)	57%	43%	4.4%	160	207	60	30	30	60	30	30	57	27	30	30	30	
Б1.О	Обязательная часть					118	53	27	26	45	27	18	20	13	7			
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					89	7	3	4	15	3	12	37	14	23	30	30	
Б2	Практика	12%	88%	0%	20	24							3	3		21		21
Б2.О	Обязательная часть					3							3	3				
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					21										21		21
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9										9		9
ФТД	Факультативные дисциплины				4	4							4	2	2			
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				54	-	55.2	52.6	-	55.2	52.6	-	52	55.7	-	55.2	
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)				55.1	-	53.6	57.4	-	53.6	57.4	-	53.5	57.3	-	53.5	
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП без элект. дисциплин по физ.к.				29.9	-	28.8	28.8	-	30.5	29.6	-	29.5	30.4	-	31.6	
		элективные дисциплины по физ.к.				1.2	-	2	2	-	2	2	-			-		
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				3750.7	-	522.2	553.4	-	552.4	568.4	-	501.1	516.5	-	536.7	
		в том числе по элект. дисц. по ф.к.				140	-	34	36	-	34	36	-			-		
		Блок Б2				216	-			-			-	48		-		168
		Блок Б3				20.5	-			-			-			-		20.5
		Блок ФТД				68.4	-			-			-	34.2	34.2	-		
	Итого по всем блокам				4055.6	-	522.2	553.4	-	552.4	568.4	-	583.3	550.7	-	536.7	188.5	
	Аудиторная нагрузка (акад.час/нед)	ОП без элект. дисциплин по физ.к.				27.1	-	26.2	26	-	27.9	27	-	27	27	-	28.6	
		элективные дисциплины по физ.к.					-	2	2	-	2	2	-			-		
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)					8	4	4	8	4	4	8	3	5	5	5	
		ЗАЧЕТ (За)					11	5	6	12	6	6	11	6	5	6	6	
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1	1		1	1		1			
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				52.85%												
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					50.4%												
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					48.21%												

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.01 Основы товароведения и экспертизы в торговле
Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Целью дисциплины является формирование у студентов аналитических навыков комплексного понимания теоретических положений товароведения, характеризующих товары независимо от их классов, подклассов и групп, основ проведения экспертизы качества товаров на всех этапах их жизненного цикла, а также на торговых предприятиях, подготовить студента к изучению профильных дисциплин профессионального и естественнонаучного цикла.

Задачами учебной дисциплины «Основы товароведения и экспертизы в торговле» являются:

- изучение основных категорий товароведения;
- овладение едиными методами и приемами анализа потребительской стоимости;
- усвоение научных знаний и приобретение практических навыков в области систематизации и кодирования товаров;
- приобретение навыков анализа и управления ассортиментом товаров;
- изучение потребительских свойств товаров и приобретение навыков построения и анализа номенклатуры потребительских свойств;
- анализ факторов, влияющих на формирование и сохранение качества товаров;
- освоение методов оценки уровня качества и конкурентоспособности товаров;
- освоение приемов и приобретение навыков идентификации товаров;
- изучение основ проведения экспертизы качества товаров на всех этапах товародвижения;
- ознакомление с основными нормативно-правовыми документами в области защиты прав потребителей.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы товароведения и экспертизы в торговле» относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Дисциплина имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами обязательной части – организация, технология и проектирование торговых предприятий, торгово-коммерческая деятельность, а также дисциплинами, формируемыми участниками образовательных отношений – розничные торговые предприятия и сети, управление продуктом и ассортиментом.

Для освоения дисциплины необходимы знания правовых документов, регулирующих коммерческую деятельность, основных экономических категорий, научных основ химических, физико-химических и биологических методов.

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-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	
ИПК - 1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	<p>Знает: основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества потребительских товаров на всех этапах товародвижения; основы законодательства, регулирующих торговую деятельность, оценки информационного соответствия, способы оценки качества, идентификации товаров, выявление и предупреждение их фальсификации с целью формирования ассортимента товаров высокого качества и безопасности;</p> <p>способы изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка, методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь; контроля соблюдения условий заключенных договоров</p> <p>способы контроля качества товаров и услуг на различных этапах процесса товародвижения с учетом возможных товарных потерь, выявления и предупреждения фальсификации</p>
	<p>Умеет: применять методы оценки потребительских свойств товаров с помощью современных методов экспертизы и контроля качества товаров;</p> <p>анализировать и оценивать качество товаров и формировать техническую документацию (товаросопроводительные, организационно-распорядительные и иные документы) с учетом соблюдения основных требований информационной безопасности с применением информационно-коммуникационных технологий;</p> <p>осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли, применять методы обеспечения сохранности товаров в процессе их товародвижения и осуществлять торгово-технологические процессы на предприятиях в сфере товарного обращения;</p> <p>осуществлять организацию процесса товародвижения с учетом формирующих и сохраняющих факторов качества товаров, выявлять и предупреждать фальсифицированные товары</p>
	<p>Владеет: основными подходами и методами изучения и оценки потребительских свойств товаров с учетом целесообразности применения современных инструментов и способов экспертизы и контроля качества товаров;</p>
	<p>методами и способами управления профессиональной деятельностью для разработки стратегии торговой организации на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>методами и способами управление товарными запасами и их оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству;</p>
	<p>навыками контроля количества и качества товаров и услуг, оптимизировать и минимизировать потери количества и качества товаров, навыками идентификации и выявления фальсификации товаров</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для студентов ОФО.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Предмет и основные категории товароведения.	12	4	2	-	6
2	Правовое регулирование товароведной деятельности	10	2	-	-	8
3	Ассортимент товаров и способы его формирования	14	6	2	-	6
4	Потребительские свойства товаров. Факторы обеспечения и сохранения потребительских свойств	18	6	4	-	8
5	Качество товаров	18,8	6	4	-	8,8
6	Информационное обеспечение товароведения	14	6	2	-	6
7	Идентификация и способы выявления фальсификации товаров	16	6	2	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102,8	36	16	-	50,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовая работа: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Илларионова В.В., профессор кафедры маркетинга и торгового дела

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.02 Поведение потребителей»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки ____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: _4 зачетные единицы

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков по методам изучения и анализа социально-экономических, мотивационных и ситуационных факторов поведения потребителей с целью его эффективного регулирования и оптимизации, используемых в дальнейшей профессиональной деятельности..

Задачи дисциплины:

- изучить и уметь осуществлять анализ социально-экономических факторов потребительского поведения;
- изучить эффективные приемы и методы воздействий на поведение потребителей;
- изучить условия регулирования и оптимизации поведения потребителя (в том числе процессы принятия решения о покупке, непосредственно покупки и послепокупочного поведения);
- оценивать изменения реакций в поведении потребителей..

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.08) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 5 семестре 3 курса. Дисциплина «Поведение потребителей» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Торгово-коммерческая деятельность», «Психология». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Поведение потребителей» является базой для изучения таких дисциплин как «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Менеджмент в коммерческих организациях», «Организационное поведение», «Рыночные исследования и анализ данных», «Реклама и продвижение в интернет», «Формирование и управление партнёрскими отношениями».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру	
ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Знает: Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях
	Знает: Основные поведенческие факторы
	Умеет: Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта
	Умеет: Прогнозировать поведение людей исходя из их психологических особенностей
	Трудовое действие: Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
	Трудовое действие: Составляет портрет потребителей продукции и услуг
ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Знает: Инструменты анализа поведенческих факторов в офлайн и онлайн среде
	Знает: Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Умеет: Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа
	Умеет: Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта
	Трудовое действие: Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах
	Трудовое действие: Составляет путь клиента предприятий, действующих в офлайн и онлайн среде
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов,	
ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Знает: Основы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде
	Знает: Концепцию стиля жизни и способы его измерения
	Умеет: Производить сегментацию рынка на анализ поведения посетителей
	Умеет: Производить позиционирование товара на рынке
	Трудовое действие: Производит Измерение степени удовлетворенности потребителей с помощью опросов
	Трудовое действие: Проводит анализ трафика на веб-сайт

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре для очной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Этапы маркетингового исследования потребительского поведения	6	1	1	-	4
2.	Маркетинг и удовлетворение потребностей	6	1	1	-	4
3.	Сущность и сегментация рынка	6	1	1	-	4
4.	Психологические факторы	6	1	1	-	4
5.	Социальная стратификация	6	1	1	-	4
6.	Потребительское поведение семьи и домохозяйства.	6	1	1	-	4
7.	Группы и групповые коммуникации.	6	1	1	-	4
8.	Диффузия инноваций	6	1	1	-	4
9.	Концепция стиля жизни и его измерение	8	2	2	-	4
10.	Ресурсы потребителей.	6	1	1	-	4
11.	Иррациональное потребительское поведение	10	2	2	-	6
12.	Модель покупательского поведения.	12	2	2	-	8
13.	Методы изучения поведения потребителей	12	2	2	-	8
14.	Консюмеризм	8	1	1	-	6
	<i>Итого:</i>	104	18	18	-	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Этапы маркетингового исследования потребительского поведения	5	1	0	-	4
2.	Маркетинг и удовлетворение потребностей	6	1	1	-	4
3.	Сущность и сегментация рынка	8	1	1	-	6
4.	Психологические факторы	8	1	1	-	6
5.	Социальная стратификация	6	1	1	-	4
6.	Потребительское поведение семьи и домохозяйства.	8	1	1	-	6
7.	Группы и групповые коммуникации.	8	1	1	-	6
8.	Диффузия инноваций	7	0	1	-	6
9.	Концепция стиля жизни и его измерение	7	0	1	-	6
10.	Ресурсы потребителей.	6	1	1	-	4
11.	Иррациональное потребительское поведение	8	1	1	-	6
12.	Модель покупательского поведения.	10	1	1	-	8
13.	Методы изучения поведения потребителей	10	1	1	-	8
14.	Консюмеризм	7	1	0	-	6
	<i>Итого:</i>	104	12	12	-	80
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

А.В. Омеляненко

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.03 Маркетинговые исследования»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков по оценке информационных нужд предприятия, организации и проведения маркетинговых исследований в процессе обеспечения руководства актуальной, надежной и достоверной информацией для принятия оперативных маркетинговых решений, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для практического осуществления маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- умение выявлять потребность в проведении маркетинговых исследований в соответствии с информационными нуждами предприятия;
- обеспечение понимания роли маркетинговых исследований в деятельности предприятия, при разработке комплекса маркетинга и маркетинговой стратегии;
- усвоение методов сбора маркетинговой информации и источников ее получения, включая методы анализа больших данных (BIGDATA);
- изучение процедур и этапов проведения маркетинговых исследований;
- освоение приемов исследования внутренней и внешней среды предприятия в процессе определения конкурентных преимуществ;
- выявление потребностей целевого сегмента, объема и динамики спроса, характеристики потребителей;
- приобретение навыков маркетингового контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности на основе получения оперативной маркетинговой информации;
- обучение студентов практическим навыкам организации и проведения маркетинговых исследований и анализа полученной информации для снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.03) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 3 семестре 2 курса. Дисциплина «Маркетинговые исследования» базируется на

дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Общая экономическая теория Экономическая теория»; «Психология»; «Микроэкономика»; «Математика», «Компьютерный практикум»; «Поведение потребителей». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

«Маркетинговые исследования» имеют логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основываются на дисциплинах профессионального цикла: «Маркетинг»; «Экономика торгового предприятия»; «Статистика»; «Менеджмент в коммерческих организациях»; «Торгово-коммерческая деятельность».

В свою очередь дисциплина «Маркетинговые исследования» является базой для изучения таких дисциплин как «Рыночные исследования и анализ данных»; «Стратегии интернет-маркетинга»; «Продвижение в социальных сетях»; «Маркетинговые коммуникации»; «Медиапланирование и Public Relations»; «Реклама и продвижение в интернет»; «Маркетинг в международной торговле»; «Мерчандайзинг»; «Поисковая оптимизация»; «Веб-аналитика»; «Управление продуктом и ассортиментом»; «Методы анализа и прогнозирования спроса».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	
ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знает: Особенности проведения социологических исследований и принципы системного анализа Знает: Методы проведения маркетингового исследования
	Умеет: Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования Умеет: Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Трудовое действие: Выявление проблем и формулирование целей исследования Трудовое действие: Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики и
ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в	

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знает: Основы маркетинговых исследований
	Знает: Основные инструменты проведения маркетинговых исследований
	Умеет: Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям
	Умеет: Планировать проведения маркетинговых исследований
	Трудовое действие: Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов
	Трудовое действие: Организация проведения маркетинговых исследований

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре для очной формы обучения

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Сущность маркетинговых исследований и их проблема	4	2	-	-	2
2.	План маркетингового исследования	5	2	1	-	2
3.	Поисковые маркетинговые исследования	7	2	1	-	4
4.	Дескриптивные маркетинговые исследования	7	2	1	-	4
5.	Причинно-следственное маркетинговое исследование	7	2	1	-	4
6.	Измерение и шкалирование	5	2	1	-	2
7.	Разработка анкеты и форм для записи результатов наблюдения	7	2	1	-	4
8.	Выборочное маркетинговое исследование	7	2	1	-	4

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
9.	Сбор данных: полевые работы	7	2	1	-	4
10.	Подготовка данных к анализу	7	2	1	-	4
11.	Вариационный ряд, таблицы сопряженности признаков	5	2	1		2
12.	Дисперсионный и ковариационный анализ. Корреляция и регрессия	5	2	1		2
13.	Дискриминантный анализ	5	2	1		2
14.	Факторный анализ	5	2	1		2
15.	Многомерное шкалирование и совместный анализ	5	2	1		2
16.	Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация	7	2	1		4
17.	Международные маркетинговые исследования	6,8	2	1	-	3,8
	<i>Итого:</i>	101,8	34	16	-	51,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Сущность маркетинговых исследований и их проблема	5	1	-	-	4
2.	План маркетингового исследования	6	1	1	-	4

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3.	Поисковые маркетинговые исследования	5	1	0	-	4
4.	Дескриптивные маркетинговые исследования	6	1	1	-	4
5.	Причинно-следственное маркетинговое исследование	6	1	1	-	4
6.	Измерение и шкалирование	5	1	0	-	4
7.	Разработка анкеты и форм для записи результатов наблюдения	8	1	1	-	6
8.	Выборочное маркетинговое исследование	6	1	1	-	4
9.	Сбор данных: полевые работы	7	1	0	-	6
10.	Подготовка данных к анализу	10	1	1	-	8
11.	Вариационный ряд, таблицы сопряженности признаков	5	0	1		4
12.	Дисперсионный и ковариационный анализ. Корреляция и регрессия	5	0	1		4
13.	Дискриминантный анализ	5	0	1		4
14.	Факторный анализ	5	0	1		4
15.	Многомерное шкалирование и совместный анализ	5	1	0		4
16.	Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация	8	1	1		6
17.	Международные маркетинговые исследования	4,8	0	1	-	3,8
	<i>Итого:</i>	101,8	12	12	-	77,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена
Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор
А.В. Омеляненко

Б1.В.04 РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И СЕТИ

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о розничной торговле как отрасли народной экономики, объединяющей совокупность предприятий и организаций, характеризующихся единством экономического назначения хозяйственной деятельности, направленной на доведение до потребителей материальных благ; приобретение студентами теоретических знаний в области организации торговой деятельности розничного предприятия, управления розничным предприятием и внедрения эффективного мерчендайзинга; знакомство с классификацией розничной торговли; с знакомство с сущностью и принципами организации сетевого ритейла; развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления торговой деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Овладеть знаниями о системе розничной торговли и классификации современных розничных институтов;
- Изучить процесс формирования и поддержания отношений в розничной торговле;
- Выработать системный подход к выбору местоположения магазина;
- Приобретение знаний об управлении розничным предприятием, операционном менеджменте (финансовых и нефинансовых аспектах);
- Изучить основные подходы к разработке планов мерчендайзинга, менеджменту категорий;
- Ознакомиться с принципами организации сетевого ритейла;
- Освоить стратегии ценообразования в розничной торговле, использования корректировки цены (скидки, акции и пр.);
- Приобретение знаний о создании и сохранении имиджа розничной компании;
- Изучить стратегии продвижения компаний розничной торговли;
- Сформировать представления о российской специфике организации розничной торговли.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса ««Розничные торговые предприятия и сети» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» базируется на дисциплинах «Экономика торгового предприятия», «Торгово-коммерческая деятельность», «Основы товароведения и экспертизы». В свою очередь дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» является базой для изучения таких дисциплин как «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Рыночные исследования и анализ данных», «Распределительно-логистические системы», «Мерчендайзинг», «Управление продуктом и ассортиментом», «Формирование и управление партнерскими отношениями», «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Методы стратегического анализа».

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-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.2. Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none">- сущность и значение ритейла в цепочке продвижения товара от производителя до потребителя;- организационные принципы построения розничных торговых предприятий;- классификацию, типы, функции торговых предприятий;- особенности организации сетевых структур в сфере ритейла;- современные тенденции развития сетевого ритейла;- принципы управления торгово-технологическим процессом;- особенности организации торгово-технологического процесса в зависимости от формата торговли (онлайн и офлайн среде);- инновационные подходы и решения в сфере ритейла;- сущность организации каналов распределения в цепочке продвижения товара к потребителю;- классификацию местоположения розничного магазина;- критерии выбора и оценки местоположения магазина;- схемы пространственного размещения товаров в магазине (планограммы);- основные инструменты продвижения торгового предприятия в сети интернет, их преимущества, недостатки и ситуации использования;- основные подходы и принципы формирования стратегии продвижения торгового предприятия;- экономические показатели деятельности предприятий сферы ритейла.
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none">- оценить перспективность места размещения магазина;- проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия;- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для управления коммерческой деятельностью розничной организации;- ориентироваться в вопросах управления розничным предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;- ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать их сущность и причины проявлений в коммерческой деятельности розничного предприятия;- организовать разработку и реализацию проектов по стимулированию сбыта в соответствии со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями ритейла;- использовать преимущества различных приемов и инструментов продвижения в интернет-среде;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - применять основные принципы разработки интернет-сайта торгового предприятия; - использовать инструменты поисковой оптимизации; - разрабатывать, размещать и анализировать контекстную рекламу розничного предприятия; - применять инструменты продвижения в социальных медиа и партнерских программах; - выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетингового продвижения; - анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка. - анализировать инновационные технологии в ритейле и искать возможные пути их использования к каждой конкретной ситуации, а также сопоставлять текущую политику торгового предприятия с инновационными возможностями в отрасли. <p><i>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами стратегического анализа эффективности деятельности розничного торгового предприятия; - аналитическими навыками определять, какие из существующих инструментов продвижения торгового предприятия являются наиболее актуальными и эффективными в конкретной практической ситуации; - умением применять принципы и методы менеджмента торговым предприятием в профессиональной деятельности; - умением найти, получить и проанализировать коммерческую информацию, необходимую для выявления реального положения системы продаж предприятия в хозяйственной практике; - навыки организации продаж применительно к различным видам продукции (товаров, работ, услуг) как в оффлайн торговле, так и в онлайн формате; - методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; - методами и средствами управления логистическими процессами; - навыками разработки комплексной стратегии продвижения торгового предприятия посредством использования собственного сайта; - основными принципами разработки интернет-сайта торговой организации; - способностями к разработке, размещению и анализу контекстной рекламы торгового предприятия; - навыками использования партнерских программ, контекстной рекламы, социальных сетей для развития и продвижения имиджа торговой организации в сети Интернет; - навыками разработки и реализации комплексной программы стратегического продвижения торгового предприятия в сети Интернет.

Содержание дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауди- торная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Введение в сферу розничной торговли. Современные тенденции развития розничных торговых предприятий.	8	4	2	-	2
2	Стратегическое планирование в розничной торговле	12	4	2	-	6
3	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	12	4	2	-	6
4	Он-лайн торговля: сущность, принципы организации, перспективы развития.	14	4	2	-	8
5	Стратегия размещения розничного предприятия.	14	4	2	-	8
6	Управление мерчендайзингом: продукция, поставки, запасы, ценообразование.	14	4	2	-	8
7	Операционный менеджмент в ритейле.	10	4	2	-	4
8	Коммуникации с потребителем.	8	4	2	-	2
9	Продвижение торговой компании в сети Интернет	12	4	2	-	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	36	18	-	50
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауди- торная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Введение в сферу розничной торговли. Современные тенденции развития розничных торговых предприятий.	7	2	1	-	4
2	Стратегическое планирование в розничной торговле	9	2	1	-	6
3	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	14	4	2	-	8
4	Он-лайн торговля: сущность, принципы организации, перспективы развития.	13	2	1	-	10
5	Стратегия размещения розничного предприятия.	11	2	1	-	8
6	Управление мерчендайзингом: продукция, поставки, запасы, ценообразование.	14	4	2	-	8
7	Операционный менеджмент в ритейле.	13	4	1		8
8	Коммуникации с потребителем.	9	2	1		6
9	Продвижение торговой компании в сети Интернет	14	2	2	-	10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	24	12	-	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.05 «Контент-менеджмент»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: освоение студентами знаний и получение навыков в области анализа, обработки и составлении текстового и графического контента для целей позиционирования товаров, услуг, компаний или брендов и продвижения их в сети Интернет.

Задачи дисциплины:

- научиться собирать, анализировать, интерпретировать и обрабатывать текстовую и графическую информацию;
- получить знания об особенностях формирования и размещения контента в сети интернет
- развить умения составления текстов коммерческого характера;
- освоить навыки ведения письменной коммуникации;
- изучить функционал программных продуктов, необходимых для обработки текстового и графического контента;
- научиться оценивать эффективность восприятия аудиторией размещаемого контента в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Контент-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

Психология, Русский язык и основы деловых коммуникаций

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Продвижение в социальных сетях, Реклама и продвижение в интернет, Маркетинговые коммуникации

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-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации	Знает основы письменной и устной коммуникации, правила деловой переписки, телефонных переговоров, этику общения в сети интернет, правила деловой переписки Знает методы обработки и визуализации текстовой и графической информации
	Умеет редактировать тексты в соответствии и с правилами копирайтинга, веб-райтинга и требованиями поисковых машин Умеет собирать информацию, интерпретировать и обрабатывать, умеет формулировать и представлять коммерческие предложения
	Составляет рекламные тексты, тексты для деловой переписки, тексты и графические материалы для продвижения компании в сети

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	интернет Обрабатывает текстовую информацию для представления в СМИ, в т.ч. в интернете для позиционирования и развития благоприятного образа компании

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.	Основы копирайтинга в маркетинговой деятельности фирмы	10	4	2		4
2.	Программные продукты для анализа и редактирования текстового контента	12	4	2		6
3.	Графические редакторы для решения маркетинговых задач	12	4	2		6
4.	Особенности восприятия аудиторией информации	10	4	2		4
5.	Принципы и правила копирайтинга и веб-райтинга	12	4	2		6
6.	Основы письменной коммуникации	10	4	2		4
7.	Формирование коммерческих предложений	12	4	2		6
8.	Презентация коммерческих предложений	14	4	2		8
9.	Методы оценки реакции аудитории на транслируемый контент	10,8	4	2		4,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102,8	36	18		48,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачёт)*

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.06 Продвижение в социальных сетях
Объём трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины «Продвижение в социальных сетях» – формирование у студентов понимания сущности и специфики продвижения современного предприятия в социальных сетях в составе комплекса маркетинговых коммуникаций, а также приобретение ими необходимого объема знаний, умений и практических навыков в области комплексного использования инструментов интернет-маркетинга.

Задачи дисциплины могут быть уточнены следующим образом:

- формирование знаний и представлений о содержании маркетинга в социальных сетях, а также понимания основных трудностей в работе маркетологов при разработке SMM-стратегий;
- формирование навыков использования стратегических и тактических инструментов SMM-маркетинга с целью повышения конкурентной позиции фирмы в сети Интернет;
- развитие навыков анализа рыночного положения фирмы, знание особенностей информационного обеспечения принятия решений;
- развитие понимания основных этапов формирования стратегии продвижения в социальных сетях, знание специфики разработки комплекса SMM-маркетинга, а также организации, планирования, системы оценки и контроля маркетинговой деятельности в социальных медиа;
- развитие навыков разработки маркетинговых планов и планов проведения рекламных кампаний в социальных сетях;
- формирование представления о применении SMM-маркетинга в составе комплекса маркетинговых коммуникаций современного торгового предприятия.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Продвижение в социальных сетях» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.06) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль Электронная коммерция и интернет-маркетинг.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Продвижение в социальных сетях» предназначена для студентов третьего курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Изучение курса «Продвижение в социальных сетях» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь, проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, коммерческая деятельность предприятий, маркетинговые исследования).

Для освоения дисциплины «Продвижение в социальных сетях» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Основы маркетинга», «Стратегический маркетинг», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации» и др. Дисциплина «Продвижение в социальных сетях» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

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-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК - 3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	<p>Знает: особенности функционирования социальных медиа; сущность и содержание современных аспектов продвижения товаров и услуг в социальных медиа; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений в социальных медиа; актуальные инструменты маркетинга, направленные на продвижение современного торгового предприятия в социальных сетях</p> <p>Умеет: анализировать конкурентную среду компании, давать оценку маркетинговой активности конкурентов в социальных сетях; осуществлять выбор оптимальных каналов и инструментов продвижения в социальных сетях с учетом оценки рынка, потребностей целевой аудитории и типа бизнеса; идентифицировать маркетинговые проблемы и ставить цели их решения с помощью инструментов SMM-маркетинга; проводить анализ полученных данных и разрабатывать стратегию маркетинга в социальных сетях</p> <p>Владеет: навыками сбора первичной информации по анализу поведения потребителей в социальных сетях; навыками разработки стратегии продвижения в социальных сетях в рамках существующей digital-стратегии организации; базовыми навыками планирования и запуска рекламных кампаний в различных социальных медиа и оценки их эффективности, разработки маркетинговых активаций для стимулирования сбыта и продвижения благоприятного образа компании</p>
ПК- 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК- 4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	<p>Знает: сущность и содержание современных инструментов продвижения товаров и услуг в социальных медиа; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений в социальных медиа; актуальные инструменты маркетинга, направленные на продвижение товаров и услуг в социальных сетях</p> <p>Умеет: анализировать конкурентную среду компании, давать оценку маркетинговой активности конкурентов в социальных сетях; осуществлять выбор оптимальных каналов и инструментов продвижения в социальных сетях с учетом оценки рынка, потребностей целевой аудитории и типа бизнеса; идентифицировать маркетинговые проблемы и ставить цели их решения с помощью инструментов SMM-маркетинга; проводить анализ полученных данных и разрабатывать стратегию маркетинга в социальных сетях</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Владеет: навыками сбора первичной информации по анализу маркетинговой среды, запросов потребителей; навыками разработки стратегии продвижения бренда в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании; навыками работы с разными инструментами продвижения положительного имиджа в сети, создания контента и комьюнити-сообщества в социальных сетях; базовыми навыками планирования и запуска рекламных кампаний, маркетинговых активаций пользователей в социальных медиа, оценки их эффективности,

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные форматы и методы продвижения в социальных сетях	10	5	4		1
2.	Особенности настройки рекламных кампаний в социальных сетях	10	5	3		2
3.	Сущность и этапы построения комплексной SMM-стратегии	10	5	4		1
4.	Основы контент-менеджмента для продвижения в социальных сетях	10	5	2		3
5.	Разработка активаций пользователей в социальных сетях	10	5	2		3
6.	Репутационный маркетинг торговой компании в социальных сетях	10	5	1		4
7.	Планирование и оптимизация бюджета, KPI, оценка эффективности рекламных кампаний	9,8	6	2		1,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		69,8	36	18		15,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Малкова Е.М.

Б1.В.07 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы.

Цель дисциплины – формирование умений и навыков по управлению ценовой политикой в процессе реализации маркетинговой деятельности компании на основе финансового анализа структуры издержек и совокупной маржинальной прибыли, освоение методов и приемов координации цен с остальными элементами маркетинга, формирование цен на новые товары, исследование конъюнктуры различных типов рынков и конкурентной среды, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в области ценообразования.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области ценовой политики предприятия в процессе реализации маркетинговой деятельности, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- усвоение основных понятий в области ценовой политике предприятия;
- выявление различных подходов и методов к управлению ценой, их преимуществ и недостатков;
- разработка и внедрение ценовой стратегии предприятия на основе маркетинговой стратегии и с учетом других элементов комплекса маркетинга;
- приобретение навыков финансового анализ приемлемости изменения цен на основе структуры издержек и доли маржинальной прибыли;
- организация проведения маркетинговых исследований ценности товаров, ценовой эластичности и ценовой политики конкурентов;
- оценка отраслевых особенностей ценообразования;
- определение подходов к изменению цен в зависимости от жизненного цикла товара;
- умение управлять ценовой чувствительностью покупателей и моделировать реакцию конкурентов на изменение цен на основе коммуникационных сообщений в СМИ.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценообразование на коммерческом предприятии» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Ценообразование на коммерческом предприятии» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Ценообразование на коммерческом предприятии» базируется на дисциплинах «Экономика торгового предприятия», «Торгово-коммерческая деятельность» «Мировая экономика и международная торговля». В свою очередь дисциплина «Ценообразование на коммерческом предприятии» является базой для изучения таких дисциплин как «Рыночные исследования и анализ данных», «Налоги и налогообложение», «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ», «Стратегии интернет-маркетинга», «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Методы стратегического анализа».

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
<p>ПК-1. Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции</p>	<p>- научиться разрабатывать и проводить эффективную ценовую стратегию в рамках маркетинговой программы с целью достижения и поддержания сильных конкурентных позиций, что базируется на маркетинговых исследованиях потребителей, оценке и прогнозировании потребительского спроса и анализе отраслевого ландшафта.</p>
<p>ИПК-1.4. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и общую теорию ценообразования; экономическую природу формирования издержек и их разновидности; - основные подходы к ценообразованию; совокупность методов ценообразования и прогнозирования деятельности коммерческого предприятия с учетом ценовых факторов; - систему разработки дифференциации и изменения цен, место и время их применения с целью достижения наибольшего экономического эффекта; - принципы разработки ценовой политики предприятия на основе маркетинговой стратегии компании; требования к ценовой политике на разных стадиях жизненного цикла; - факторы, влияющие на чувствительность покупателей к изменениям цен; классификацию методов маркетингового исследования потребителей и количественной оценки ценовой чувствительности покупателей; - подходы к проведению маркетинговых исследований в ходе выявления ценности и приемлемой цены товара, ценовой эластичности и ценовой политики конкурентов; - современные тенденции в области управления ценой. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать преимущества различных методов ценообразования, а также выявлять и устранять возможные недостатки; - проводить финансовый анализ приемлемости изменения цен на основе анализа структуры издержек и степени эластичности спроса; - прогнозировать диапазон эластичности спроса потребителей и реакцию конкурентов в случае изменения цен на продукцию предприятия; - определять подходы к изменению цен в зависимости от жизненного цикла продукта; - проводить маркетинговые исследования в области ценообразования по выявлению ценовой чувствительности покупателей, конкурентной реакции на мероприятия компании, мониторинг цен; - использовать разнообразие методов маркетингового исследования покупателей; - анализировать инновационные технологии в прайс-менеджменте и сопоставлять текущую политику предприятия с инновационными возможностями <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - способами определять, какие из существующих методов назначения и корректировки цен являются актуальными в данной практической ситуации; - способностями к сопоставлению точечной эластичности на кривой безубыточного объема продаж с прогнозируемой ценовой эластичностью спроса на продукцию предприятия; - методами формирования цены, а также методами использования дифференциации цен в рамках реализации ценовой политики с учетом конкурентной обстановки в отрасли; - аналитическими приемами изучения текущей ситуации в отрасли, а также методами прогнозирования спроса для определения экономической эффективности от изменения цены; - способностями к разработке предложений по совершенствованию ценовой политики предприятия.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в ценообразование: теоретические основы	10	4	2	-	4
2.	Методы ценообразования на коммерческом предприятии	18	6	4	-	8
3.	Экономика цены: издержки и их роль в формировании цены	14	4	2	-	8
4.	Потребительское восприятие как фактор, влияющий на формирование цены	14	6	2	-	6
5.	Дифференциация цен и ценовая тактика	20	8	4	-	8
6.	Ценовая политика коммерческого предприятия: взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетингового комплекса	14	4	2	-	8
7.	Формирование ценовой стратегии: основы, типы, процедура	12,8	4	2	-	6,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102,8	36	18	-	48,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	108,0			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в ценообразование: теоретические основы	9	1	0	-	8
2.	Методы ценообразования на коммерческом предприятии	15	1	2	-	12
3.	Экономика цены: издержки и их роль в формировании цены	14	2	2	-	10
4.	Потребительское восприятие как фактор, влияющий на формирование цены	14	2	2	-	10
5.	Дифференциация цен и ценовая тактика	18	2	2	-	14
6.	Ценовая политика коммерческого предприятия: взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетингового комплекса	16	2	2	-	12
7.	Формирование ценовой стратегии: основы, типы, процедура	16,8	2	2	-	12,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		102,8	12	12	-	78,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		5			-	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2			-	
Подготовка к текущему контролю		-			-	
Общая трудоемкость по дисциплине		108,0			-	

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет.*

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.08 Веб-дизайн»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков в области изучения учебной дисциплины «Веб-дизайн», а также подготовка специалистов, умеющих применять современные методики разработки и сопровождения WEB-сайтов, используемых в дальнейшей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- умение создавать сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей;
- обеспечение понимания основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- усвоение методов проведения исследований веб-сайтов, в т.ч. конкурентов;
- изучение принципов, процедур и этапов проектирования веб-сайтов;
- освоение приемов проектирования взаимодействия посетителя с сайтом;
- приобретение навыков прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин;
- обучение студентов практическим навыкам создания сайтов предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Веб-дизайн» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.08) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 5 семестре 3 курса. Дисциплина «Веб-дизайн» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Компьютерный практикум», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинг». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Веб-дизайн» является базой для изучения таких дисциплин как «Основы проектной деятельности», «Профессиональные компьютерные программы», «Контент-менеджмент», «Стратегии интернет-маркетинга», «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ», «Реклама и продвижение в интернет».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Знает: Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)
	Знает: Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
	Умеет: Проводить аудит веб-сайтов
	Умеет: Создавать сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей
	Трудовое действие: Проведение исследований веб-сайтов конкурентов
	Трудовое действие: Проектировать сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов,	
ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Знает: Основы веб-дизайна
	Знает: Основы гипертекстовой разметки
	Умеет: Проводить анализ трафика на веб-сайт
	Умеет: Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта
	Трудовое действие: Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Трудовое действие: Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Знает: Принципы проектирования веб-сайтов
	Знает: Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
	Умеет: Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса
	Умеет: Проводить тестирование эргономичности

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	(юзабилити) веб-сайтов
	Трудовое действие: Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
	Трудовое действие: Проектирование взаимодействия посетителя с сайтом

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре для очной формы обучения

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Основные понятия и принципы web-технологий	5	1	-	2	2
2.	Программное обеспечение Web-сети	5	1	-	2	2
3.	Подходы к разработке Web-приложений	7	1	-	2	4
4.	Проектирование Web-приложений	9	1	-	4	4
5.	Основы языка разметки гипертекста HTML	7	1	-	2	4
6.	Каскадные таблицы стилей	7	1	-	2	4
7.	Технологии адаптивной верстки сайтов	7	1	-	2	4
8.	Основы применения JavaScript	7	1	-	2	4
9.	Основы серверной обработки web-приложений.	7	1	-	2	4
10.	Применение РНР для работы с базой данных.	7	1	-	2	4
11.	MVC-фреймворки и CMS-системы.	5	1	-	2	2
12.	Маркетинговые аспекты web-дизайна	10	2	-	4	4
13.	Основы UX/UI-дизайна	14	4	-	4	6

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
14.	Экономические аспекты web-дизайна	7	1	-	2	4
	<i>Итого:</i>	104	18	-	34	52
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Основные понятия и принципы web-технологий	7	1	-	2	4
2.	Программное обеспечение Web-сети	5	1	-	2	2
3.	Подходы к разработке Web-приложений	7	1	-	2	4
4.	Проектирование Web-приложений	9	1	-	2	6
5.	Основы языка разметки гипертекста HTML	6	1	-	1	4
6.	Каскадные таблицы стилей	6	1	-	1	4
7.	Технологии адаптивной верстки сайтов	7	1	-	2	4
8.	Основы применения JavaScript	6	0	-	2	4
9.	Основы серверной обработки web-приложений.	6	0	-	2	4
10.	Применение PHP для работы с базой данных.	6	1	-	1	4
11.	MVC-фреймворки и CMS-системы.	6	1	-	1	4
12.	Маркетинговые аспекты web-дизайна	11	1	-	2	8
13.	Основы UX/UI-дизайна	11	1	-	2	8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
14.	Экономические аспекты web-дизайна	11	1	-	2	8
	<i>Итого:</i>	104	12	-	24	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

А.В. Омеляненко

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.09 Маркетинговые коммуникации
Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Целью дисциплины является формирование у студентов понимания сущности и значения системы коммуникационного взаимодействия с потребителями в составе комплекса маркетинговых инструментов, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых коммуникационных инструментов в продвижении благоприятного образа современного предприятия.

Задачами учебной дисциплины являются:

формирование представлений о сущности, содержании и месте современной коммуникативной политики предприятия в комплексе маркетинга предприятия;

знание структуры, характеристики и особенностей основных маркетинговых коммуникативных инструментов и возможности их применения в различных условиях;

понимание логики и этапов формирования коммуникационного сообщения; методов определения целевых аудитории для формирования коммуникационных взаимодействий;

понимание значения информационного образа товаров, марок и фирмы в целом в решении стратегических задач рыночного развития; знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики продвижения образа фирмы в целевых аудиториях.

формирование умений разработки сценариев и реализации маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ по продвижению товаров и услуг предприятия; планирования коммуникационных мероприятий, составления бюджета и оценки их эффективности;

знание современных инструментов и тенденций развития маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде; умение использовать современные телекоммуникационные каналы для взаимодействия с потребителями.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Дисциплина читается для всех профилей направления. Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Содержание дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего образования, таких, как «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и др. По содержанию дисциплина является базовым уровнем изучения маркетинговых подходов и принципов деятельности. Основные компетенции, получаемые при изучении дисциплины, могут быть развиты и конкретизированы в дальнейшем при изучении таких профильных дисциплин, как «Стратегии интернет-маркетинга», «Поисковая оптимизация», «Веб-дизайн», «Маркетинг в социальных сетях» и др.

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-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.4. Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	<p>Знает: сущность, содержание и место современной коммуникативной политики предприятия в комплексе маркетинга предприятия;</p> <p>базовую структуру основных коммуникативных инструментов маркетинга и принципы их интеграции в единую систему; характеристику и особенности основных маркетинговых коммуникативных инструментов и особенности их применения в различных условиях;</p> <p>логику и этапы формирования коммуникационного сообщения;</p> <p>современные инструменты и тенденции развития маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде.</p> <p>Умеет: сопоставлять особенности различных коммуникационных инструментов;</p> <p>определять целевые аудитории для формирования коммуникационных взаимодействий;</p> <p>использовать современные телекоммуникационные каналы для взаимодействия с потребителями.</p> <p>Владеет: базовыми навыками формулировки целей маркетинговых коммуникационных программ;</p> <p>опытом разработки сценариев и реализации маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ по продвижению товаров и услуг предприятия;</p> <p>планирует коммуникационные мероприятия, составляет бюджет и оценивает их эффективность.</p> <p>разрабатывает стратегию продвижения в маркетинговой деятельности организации.</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для студентов ОФО.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауди- торная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и место коммуникаций с потребителями в системе маркетинга предприятия	14	6	4		4
2.	Логика и этапы коммуникационного процесса	14	6	2		6
3.	Задачи и функции маркетинговых коммуникаций	12	6	2		4
4.	Базовые элементы маркетинговой коммуникационной системы: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи	16	6	4		6
5.	Планирование и бюджетирование маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ	12	6	2		4
6.	Реклама и публик-релейшенз					6
7.	Личные продажи, стимулирование сбыта, выставочная деятельность	16	6	4		6
8.	Особенности маркетинговых коммуникационных взаимодействий в современной интернет-среде	16	6	4		6
9.	Инновационные технологии маркетинговых коммуникаций	11	4	2		5
10.	Аналитика интернет-стратегии	11,8	4	2		5,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		102,8	34	16		52,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		5				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Контроль						
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Курсовая работа: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Костецкий А.Н., зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.В.10 Медиапланирование и Public Relations

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания процессов планирования коммуникативных и пиар-мероприятий по продвижению компании в интернет-среде, а также развитие навыков разработки и реализации медиа-планов, выбора медиа-площадок, применения современных инструментов связей с общественностью и оценки эффективности используемых медиаканалов.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний терминологии, целей, задач медиапланирования, структуры и основных компонентов медиаплана;
- освоение навыков составления медиаплана в рамках пиар-мероприятий, формулировки целей медиапланирования ;
- развитие навыков выбора современных медийных площадок на основе анализа соответствия их формата, рекламных возможностей целям медиапланирования и продвижения компании в интернет-среде;
- создание условий для формирования анализа целевой аудитории, выбора каналов интернет-продвижения, определения медиастратегии, периода планирования и медиабюджета;
- приобретение навыков разработки и обоснования медиаплана в рамках коммуникативных и пиар-мероприятий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиапланирование и Public Relations» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на третьем курсе по очной и на третьем курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Медиапланирование и Public Relations» базируется на дисциплинах «Контент-менеджмент», «Продвижение в социальных сетях» и имеет логическую связь с дисциплинами «Реклама и продвижение в интернет», «Маркетинговые коммуникации», «Веб-дизайн». В свою очередь дисциплина «Медиапланирование и Public Relations» является базой для изучения таких дисциплин как «Стратегии интернет-маркетинга», «Управление интернет-проектами».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.5. Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Знает: Основные понятия, цели, задачи и принципы медиапланирования в рамках реализации стратегии продвижения компании в интернет-среде, а также особенности разработки медиаплана для размещения PR-компаний. Знает: Этапы составления медиаплана, его структуру, критерии выбора медийных площадок, виды и принципы построения стратегий медиаразмещения, функциональные возможности компьютерных программ и онлайн-сервисов медиапланирования.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Умеет: Разрабатывать медиаплан рекламных кампаний и пиар-мероприятий с учетом целей и принципов стратегии продвижения компании
	Умеет: Осуществлять выбор медийных площадок на основе анализа и оценки особенностей их функционирования, соответствия целям и принципам стратегии продвижения компании.
	Трудовое действие: Анализ и оценка медийных площадок с целью выбора медиаплатформ для размещения рекламных кампаний в интернет-среде.
	Трудовое действие: Создание медиаплана с использованием специализированных программных средств и разработка его составляющих - бриф, медиастратегия, график выхода рекламы, медиабюджет, а также оценка эффективности рекламных и PR-мероприятий для продвижения благоприятного образа компании интернет-среде.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (для очной формы обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Медиапланирование и его роль в управлении связями с общественностью и продвижении образа компании в интернет-среде.	5	2	2		2
2.	Медиапланирование в системе PR.	7	4			2
3.	Процессы и инструменты составления и реализации медиаплана в рамках реализации стратегии продвижения компании в интернет-среде.	10	6	2		2
4.	Методические и организационные вопросы медиапланирования	8	4	2		2
5.	Медиаплан и его составляющие. Медиаплан в контекстной рекламе, таргетированной рекламе и PR.	8	4	2		2
6.	Основные показатели, содержащиеся в медиаплане.	8	4	2		2
7.	Стратегии медиаразмещения.	8	4	2		2
8.	Онлайн-сервисы и компьютерные программы, применяемые в медиапланировании.	6	2	2		2
9.	Работа с медиапланом, оценка его эффективности и составление медиотчета.	9,8	4	2		3,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	69,8	34	16		19,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.11 Распределительно-логистические системы

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование системы знаний, умений и практических навыков по критической оценке вариантов управленческих решений логистического характера, разработке и обоснованию предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий с использованием современных технических средств и информационных технологий.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия и определения микрологистики (внутрипроизводственной) и макрологистики, интегрированной логистики;
- изучить современные технические средства и информационные технологии в области логистики;
- ознакомить с функциональными областями в логистике (закупочной, производственной, распределительной, транспортной и складской логистикой);
- освоить методы критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и обосновать предложения по их совершенствованию;
- рассмотреть содержание понятий логистических концепций, процессов, систем;
- определить связь с менеджментом, производством, маркетингом, финансами и общим управлением качеством товаров и услуг;
- освоить основные модели и методы оптимизации организационно-технических решений;
- ознакомить с процессом управления запасами и потоками товаров и ресурсов, используемых в логистических системах.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Распределительно-логистические системы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Предшествующие дисциплины, необходимые для изучения: Менеджмент в коммерческих организациях. Последующие дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: Управление продуктом и ассортиментом, Маркетинг в международной 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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.5. Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	Знает: логистические подходы и инструменты в управлении деятельностью торговой фирмы офлайн- и онлайн-форматов
	Знает: основные термины и понятия в распределительной логистике
	Умеет: взаимодействовать с подразделениями и организациями, отвечающими за распределительно-логистическую деятельность

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Умеет: оценивать эффективность распределительно-логистических схем и готовить предложения по управлению деятельностью торговой фирмы
	Владеет: современными техническими средствами и информационными технологиями для сбора и анализа логистической информации с целью преодоления коммуникативных проблем в различных структурных подразделениях
	Владеет: методами разработки и совершенствования управленческих решений при формировании эффективной распределительно-логистической системы в торговых предприятиях офлайн- и онлайн-форматов

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (3 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные термины и понятия в логистике. История логистики и факторы её развития с учетом критериев социально-экономической эффективности	6	2	2	-	2
2.	Основы построения логистических систем: макро- и микрологистические системы, логистическая цепь.	8	2	4	-	2
3.	Логистика в организации и планировании закупок материальных ресурсов и товаров	8	2	4	-	2
4.	Организация производственной логистики	8	2	4	-	2
5.	Управление запасами в логистических системах	8	2	4	-	2
6.	Организация складского хозяйства	8	2	4	-	2
7.	Транспортная логистика: управление и оптимизация	8	2	4	-	2
8.	Распределительная логистика: организационная структура дистрибутивной сети	8	2	4	-	2
9.	Логистические информационные системы. Современные технические средства и информационные технологии	7,8	2	4	-	1,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	69,8	18	34	-	17,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	-	-	-	2
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	0,2
	Подготовка к текущему контролю	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	-	-	-	72

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (3 курсе) (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	

1.	Основные термины и понятия в логистике. История логистики и факторы её развития с учетом критериев социально-экономической эффективности	6	1	1	-	4
2.	Основы построения логистических систем: макро- и микрологистические системы, логистическая цепь.	6	1	1	-	4
3.	Логистика в организации и планировании закупок материальных ресурсов и товаров	8	2	2	-	4
4.	Организация производственной логистики	6	1	1	-	4
5.	Управление запасами в логистических системах	8	2	2	-	4
6.	Организация складского хозяйства	6	1	1	-	4
7.	Транспортная логистика: управление и оптимизация	10	2	2	-	6
8.	Распределительная логистика: организационная структура дистрибутивной сети	10	1	1	-	8
9.	Логистические информационные системы. Современные технические средства и информационные технологии	7,8	1	1	-	5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	12	12	-	43,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	-	-	-	4
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	0,2
	Подготовка к текущему контролю	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	-	-	-	72

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрена.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Авторы:

Л.В. Пономаренко, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, канд. экон. наук, доцент.

А.А. Кизим, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента, д-р. экон. наук, профессор

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.12 «Реклама и продвижение в интернет»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: сформировать и обучающихся понимание значимости позиционирования современного предприятия в сети интернет, научить использовать современные каналы продвижения в сети интернет для реализации управленческих задач торгового предприятия.

Задачи дисциплины:

- научить выбирать подходящие каналы продвижения для конкретного товарного предложения, бренда или компании;
- помочь освоить современные технологии интернет-продвижения;
- осветить особенности и практические аспекты настройки рекламных кампаний через рекламные кабинеты различных интернет площадок и сетей;
- развить навыки стратегического мышления, необходимые для формирования маркетинговых стратегий предприятия;
- научить оценивать эффективность рекламных кампаний в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама и продвижение в интернет» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Маркетинговые коммуникации, Основы системного анализа и принятия решений, Статистика, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ, Стратегии интернет-маркетинга, Управление интернет-проектами

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-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	Знает особенности функционирования рекламных систем
	Знает современные форму маркетинговых коммуникаций
	Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия
	Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний
	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и он-лайн среде
	Анализирует эффективность рекламных кампаний
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Знает основы прогнозирования затрат на реализацию рекламных кампаний
	Знает особенности продвижения торговых компаний в сети интернет
	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний
	Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.
	Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий
	Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.

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.	Формирование и реализация стратегии продвижения компании в сети интернет	6	2		2	2
2.	Продвижение компании в социальных сетях	6			2	4
3.	Особенности настройки таргетированной рекламы	6			2	4
4.	Продвижение компании в Яндекс.Директ	12	2		4	6
5.	Продвижение компании в Google Adds	12	2		4	6
6.	Формирование семантического ядра сайта и рекламных кампаний	10	2		4	4
7.	Специфика контент-менеджмента для продвижения компании в рекламных сетях	10	2		4	4
8.	Прогнозирование затрат на рекламу и их сопоставление с маркетинговым бюджетом компании	6	2		2	2
9.	Настройка рекламной кампании в рекламном кабинете Фейсбук	8			4	4
10.	Настройка рекламной кампании в My Target	8	2		2	4
11.	Особенности продвижения и настройки рекламы в ТикТок	9	2		2	5
12.	Оценка эффективности рекламных кампаний	8,8	2		2	4,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	101,8	18		34	49,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачёт)*

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.13 Маркетинг в международной торговле
Объём трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины «Маркетинг в международной торговле» – формирование у студентов понимания специфики международного маркетинга как концепции внутрифирменного управления, а также получение практических навыков в области использования инструментов международного маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия.

Задачи дисциплины могут быть уточнены следующим образом:

- формирование знаний и представлений о содержании концепции международного маркетинга, а также понимания основных трудностей в работе маркетологов при разработке международных маркетинговых с учетом факторов международной макросреды;
- формирование навыков разработки стратегических и тактических маркетинговых мероприятий с целью повышения конкурентной позиции фирмы, осуществляющей внешнеэкономическую деятельность;
- развитие навыков стратегического анализа потенциальных зарубежных рынков, знание особенностей информационного обеспечения принятия решений о целесообразности выхода и способов проникновения компании на внешние рынки;
- развитие навыков разработки международных маркетинговых программ, планирования международных рекламных кампаний;
- развитие понимания основных этапов формирования международной маркетинговой стратегии, знание специфики разработки комплекса международного маркетинга, а также организации, планирования, системы оценки и контроля маркетинговой деятельности международной компании.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Маркетинг в международной торговле» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.13) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль Электронная коммерция и интернет-маркетинг.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в международной торговле» предназначена для студентов третьего курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Изучение курса «Маркетинг в международной торговле» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь, проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, коммерческая деятельность предприятий, маркетинговые исследования).

Для освоения дисциплины «Маркетинг в международной торговле» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Основы маркетинга», «Стратегический маркетинг», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации» и др. Дисциплина «Маркетинг в международной торговле» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

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-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера	<p>Знает: основные формы выхода компаний на внешний рынок; основы правового регулирования маркетинговой деятельности на международном уровне; тенденции развития современных маркетинговых коммуникаций; особенности национального креатива (специфику рекламной практики отдельных стран мира); специфику и основные сложности в формировании комплекса международного маркетинга; сущность и особенности современных стратегий международного маркетинга и их влияния на формирование международных маркетинговых программ</p> <p>Умеет: принимать конструктивные маркетинговые решения и действия, необходимые в связи с деятельностью фирмы на конкретных зарубежных рынках; анализировать маркетинговую среду внешних рынков; принимать компетентные маркетинговые решения по адаптации маркетинговых программ к условиям конкретного зарубежного рынка; проводить анализ маркетинговой макросреды зарубежного рынка (составлять «досье на страну»), кросс-культурный анализ; разрабатывать стратегию продвижения бренда на зарубежный рынок с учетом внешней макросреды с использованием современных инструментов цифрового маркетинга</p> <p>Владеет: специальной маркетинговой терминологией на профессиональном уровне; навыками выявления маркетинговых проблемы компаний на внешних рынках и нахождение оптимальных путей решения; навыками проведения маркетинговых исследований, иметь опыт сбора необходимой информации для анализа; навыками планирования международной рекламной кампании, обоснования стратегии вывода зарубежного бренда на российский рынок с учетом факторов необходимой адаптации, страновых особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера</p>

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-аудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в международный маркетинг. Стратегии и программы маркетинга в международной торговле	15	4	1		10
2.	Особенности международной маркетинговой среды	15	4	2		9
3.	Основные модели выхода компаний на зарубежные рынки	15	4	2		9
4.	Информационное обеспечение маркетинговых исследований в международной торговле	15	4	2		9
5.	Товарная политика в системе международного маркетинга	15	4	2		9
6.	Особенности разработки ценовой политики в международной торговле	15	4	2		9
7.	Сбытовая политика в системе международного маркетинга	15	4	1		10
8.	Коммуникационная политика в системе международного маркетинга	15	4	1		10
9.	Организация и контроль маркетинга в международной торговле	16,7	4	1		11,7
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		136,7	36	14		86,7
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор: Малкова Е.М.

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.14 Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания основ бюджетирования в маркетинговой деятельности, а также развитие навыков планирования и разработки бюджетов на продвижение и маркетинговых программ, распределения бюджета между различными каналами продвижения, оценки эффективности маркетинговых программ с использованием профессиональных сервисов и компьютерных программ формирования бюджетов на продвижение компании в интернет-среде.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний терминологии, целей, задач, роли бюджетирования в маркетинговой деятельности, структуры и основных составляющих бюджета на продвижения, а также методов оценки экономической эффективности маркетинговых программ;
- освоение навыков планирования и разработки бюджета в рамках реализации продвижения компании в интернет-среде;
- развитие навыков выбора методов и моделей составления маркетингового бюджета;
- формирование навыков распределения маркетингового бюджета между каналами продвижения;
- приобретение навыков планирования и разработки бюджета в рамках реализации продвижения компании в онлайн-среде с использованием программных средств для планирования и формирования бюджета.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на третьем курсе по очной и на третьем курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» базируется на дисциплинах «Финансы коммерческого предприятия», «Реклама и продвижение в интернет» и имеет логическую связь с дисциплинами «Управление интернет-проектами», «Медиапланирование и Public Relations». В свою очередь дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» является базой для изучения таких дисциплин как «Маркетинговый аудит», «Стратегии интернет-маркетинга».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.8. Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Знает: Понятие, структуру и основных составляющих маркетингового бюджета, целей, задач и методов бюджетирования. Знает: Этапы оценки эффективности маркетинговых программ и методы ее расчета

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	<p>Умеет: Планировать и разрабатывать бюджет на интернет-продвижение компании.</p> <p>Умеет: Выбирать модели составления маркетингового бюджета и методы оценки эффективности маркетинговых программ.</p> <p>Трудовое действие: Распределять маркетинговый бюджет между различными каналами продвижения, а также осуществлять выбор методик оценки эффективности в соответствии со стратегией продвижения компании.</p> <p>Трудовое действие: Формировать бюджет на продвижение компании в онлайн-среде и рассчитывать эффективность маркетинговых программ, рекламных каналов с использованием специализированных программных средств и сервисов.</p>
ПК 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК 4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	<p>Знает: Понятие, структуру и основных составляющих маркетингового бюджета, целей, задач и методов бюджетирования.</p> <p>Знает: Этапы оценки эффективности маркетинговых программ и методы ее расчета</p> <p>Умеет: Планировать и разрабатывать бюджет на интернет-продвижение компании.</p> <p>Умеет: Выбирать модели составления маркетингового бюджета и методы оценки эффективности маркетинговых программ.</p> <p>Трудовое действие: Распределять маркетинговый бюджет между различными каналами продвижения, а также осуществлять выбор методик оценки эффективности в соответствии со стратегией продвижения компании.</p> <p>Трудовое действие: Формировать бюджет на продвижение компании в онлайн-среде и рассчитывать эффективность маркетинговых программ, рекламных каналов с использованием специализированных программных средств и сервисов.</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины
(для очной формы обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы бюджетирования в маркетинговой деятельности.	7	2	2		4
2.	Методика планирования и разработки маркетингового бюджета.	9	4			4
3.	Подходы при определении затрат на маркетинг.	10	6	2		4
4.	Методы распределения бюджета на продвижение компании в интернет-среде.	10	4	2		4
5.	Особенности составления бюджета на интернет-продвижение компании.	12	4	2		4

6.	Принципы и методы оценки экономической эффективности маркетинговых программ.	8	4	2		2
7.	Основные показатели эффективности продвижения компании в интернете.	8	4	2		2
8.	Специализированные компьютерные программы и онлайн-сервисы, применяемые в бюджетировании маркетинговой деятельности.	6	2	2		2
9.	Контроль и анализ маркетингового бюджета.	8	4	2		2
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>			34	16		28
Контроль самостоятельной работы (КСР)		3				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		26,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.15 «Стратегии интернет-маркетинга»
Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Целью данного курса является формирование у студентов понимания сущности стратегического подхода к решению маркетинговых проблем предприятия в условиях цифровой среды, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов в разработке стратегических решений в интернет-торговле и интернет-продвижении .

Задачами учебной дисциплины «Стратегии интернет-маркетинга» являются:

формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;

усвоение системного представления о роли маркетинга как управленческого процесса в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения;

знание основных направлений и тенденций развития маркетинга в интернет-среде;

понимание сущности и особенностей современных технологий и инструментов онлайн-взаимодействия с потребителями;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в интернет-маркетинге;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической ценовой политики в интернет-маркетинге и различных стратегий ценообразования;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики распределения и сбыта в интернет-маркетинге и онлайн-торговле;

понимание значения информационного образа товаров, марок и фирмы в целом в решении стратегических задач рыночного развития; знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики продвижения образа фирмы в целевых аудиториях посредством цифровых инструментов и технологий;

умение формировать интегрированную маркетинговую стратегию, включая функциональные стратегии, социально-ответственный подход, внутренний маркетинг и стратегическое партнерство в онлайн- и офлайн-пространстве.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Стратегии интернет-маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Дисциплина читается для всех профилей направления. Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Содержание дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего образования, таких, как

«Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации» и др. По содержанию дисциплина является базовым уровнем изучения маркетинговых подходов и принципов деятельности. Основные компетенции, получаемые при изучении дисциплины, могут быть развиты и конкретизированы в дальнейшем при изучении таких профильных дисциплин, как «Поисковая оптимизация», «Веб-дизайн», «Маркетинг в социальных сетях» и др.

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 применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.4. Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	<p>Знает: основные направления и тенденции развития маркетинга в интернет-среде; основные методы и инструменты проведения маркетинговых кампаний в интернет-среде; сущность и особенности современных технологий и инструментов онлайн-взаимодействия с потребителями</p> <p>Умеет: определять цели и задачи маркетинговых мероприятий в интернет-среде; определять целевые аудитории и настраивать коммуникационные инструменты в интернет-среде; разрабатывать сценарии маркетинговых кампаний в интернет-среде; проводить анализ эффективности интернет-маркетинга и разрабатывать обоснованные предложения по совершенствованию стратегии интернет-маркетинга.</p> <p>Владеет: базовыми навыками реализации коммуникационных мероприятий в онлайн-среде для коммерческого предприятия с использованием стандартизованных пользовательских сервисов; начальным опытом продвижения образа компании в социальных сетях; планирует маркетинговые коммуникативные мероприятия, составляет бюджет и оценивает их эффективность.</p>
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.7. Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	<p>Знает: основные направления и тенденции развития маркетинга в интернет-среде; основные методы и инструменты проведения маркетинговых кампаний в интернет-среде; сущность и особенности современных технологий и инструментов онлайн-взаимодействия с потребителями</p>
	<p>Умеет: определять цели и задачи маркетинговых мероприятий в интернет-среде; определять целевые аудитории и настраивать коммуникационные инструменты в интернет-среде; разрабатывать сценарии маркетинговых кампаний в интернет-среде; проводить анализ эффективности интернет-маркетинга и разрабатывать обоснованные предложения по совершенствованию стратегии интернет-маркетинга.</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> базовыми навыками реализации коммуникационных мероприятий в онлайн-среде для коммерческого предприятия с использованием стандартизованных пользовательских сервисов; начальным опытом продвижения образа компании в социальных сетях; планирует маркетинговые коммуникативные мероприятия, составляет бюджет и оценивает их эффективность.
<p>ПК-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	
<p>ПК-4.8. Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия</p>	<p>Знает: основные направления и тенденции развития маркетинга в интернет-среде;</p> <ul style="list-style-type: none"> основные методы и инструменты проведения маркетинговых кампаний в интернет-среде; сущность и особенности современных технологий и инструментов онлайн-взаимодействия с потребителями
	<p>Умеет: определять цели и задачи маркетинговых мероприятий в интернет-среде;</p> <ul style="list-style-type: none"> определять целевые аудитории и настраивать коммуникационные инструменты в интернет-среде; разрабатывать сценарии маркетинговых кампаний в интернет-среде; проводить анализ эффективности интернет-маркетинга и разрабатывать обоснованные предложения по совершенствованию стратегии интернет-маркетинга.
	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> базовыми навыками реализации коммуникационных мероприятий в онлайн-среде для коммерческого предприятия с использованием стандартизованных пользовательских сервисов; начальным опытом продвижения образа компании в социальных сетях; планирует маркетинговые коммуникативные мероприятия, составляет бюджет и оценивает их эффективность.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для студентов ОФО.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в интернет-маркетинг. Развитие цифровых технологий	14	6	4		4
2.	Интернет-маркетинг в маркетинговой системе предприятия	14	6	2		6
3.	Создание системы интернет-маркетинга	12	6	2		4
4.	Целевые аудитории и стратегии таргетирования	16	6	4		6
5.	Рекламные стратегии в интернет	12	6	2		4
6.	Стратегии поисковой оптимизации					6
7.	Стратегии маркетинга в социальных медиа	16	6	4		6
8.	Стратегии взаимодействия с потребителями и персонализация обслуживания	16	6	4		6
9.	Контент-стратегия	12	4	2		6
10.	Аналитика интернет-стратегии	13	4	2		7
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	105	34	16		55
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	12				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Курсовая работа: *предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор: Костецкий А.Н., зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.11 «Управление интернет-проектами»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц

Цель дисциплины: развитие профессиональных компетенций и приобретение практических навыков управления интернет-проектами.

Задачи дисциплины: понять принципы проектной деятельности и основы управления ею; научиться планировать и применять принципы управления проектами при организации своей деятельности; сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; организация и осуществление профессиональной деятельности; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками; разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, или маркетинга, или рекламы с использованием информационных технологий; участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы; проектирование размещения торговых организаций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление интернет-проектами» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Предшествующие дисциплины, необходимые для ее изучения: «Управление рыночными инновациями и изменениями» для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом: «Разработка и дизайн веб-сайтов».

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
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
ИУК-2.1 Понимает принципы проектного подхода к управлению	<i>Знает</i> историю управления проектами; управление проектами в области профессиональной деятельности;
	<i>Умеет</i> управлять временем и стоимостью; применять альтернативный метод и методы: сетевых графиков, критического пути, резерва времени, графика Ганта, Перта, сетевого графика при прогнозировании бизнес-процессов и оценивании их эффективности
	<i>Владеет</i> принципами управления временем и стоимостью, применения альтернативного метода и методов: сетевых графиков, критического пути, резерва времени, графика Ганта, Перта, сетевого графика при прогнозировании бизнес-процессов и оценивании их эффективности
ИУК-2.2 Демонстрирует способность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	<i>Знает</i> историю управления проектами; управление проектами в области профессиональной деятельности;
	<i>Умеет</i> управлять временем и стоимостью; применять альтернативный метод и методы: сетевых графиков, критического пути, резерва времени, графика Ганта, Перта, сетевого графика при прогнозировании бизнес-процессов и оценивании их эффективности
	<i>Владеет</i> принципами управления временем и стоимостью, применения альтернативного метода и методов: сетевых графиков, критического пути, резерва времени, графика Ганта, Перта, сетевого графика при прогнозировании бизнес-процессов и оценивании их эффективности
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в он-лайн-среде	

ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	<i>Знает</i> основы менеджмента; управление проектами			
	<i>Умеет</i> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика по вопросам реализации проекта; планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии			
	<i>Владеет</i> составлением системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта; определением соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта			
ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	<i>Знает</i> методы управления проектами; основы маркетинга			
	<i>Умеет</i> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения			
	<i>Владеет</i> анализом работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; корректировка деятельности сотрудников			
ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде	<i>Знает</i> управление проектами; основы маркетинга			
ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	<i>Знает</i> управление проектами; управление персоналом			
	<i>Умеет</i> взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта; контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
	<i>Владеет</i> выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения; определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения			
ИПК-3.6 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	<i>Знает</i> историю управления проектами; управление проектами в области профессиональной деятельности;			
	<i>Умеет</i> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; методы обработки текстовой и графической информации			
	<i>Владеет</i> согласовывать отчеты для заказчика			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3-ем семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	История управление проектами	4	1		2	1

2.	Введение в управление проектами	8	1		2	5
3.	Управление содержанием проекта	8	1		2	5
4.	Управление временем	8	1		2	5
5.	Управление стоимостью	8	1		2	5
6.	Сетевые графики	8	1		2	5
7.	Метод критического пути	7			2	5
8.	Резерв времени	7			2	5
9.	График Ганта	7			2	5
10.	Метод Перт	8			3	5
11.	Сетевой график: альтернативный метод	8			3	5
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	81	6		24	51
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Курсовая работа					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3
	Подготовка к текущему контролю	26,7				26,7
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	6		24	78

Темы дисциплины, изучаемые в 3-ем семестре (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	История управление проектами	5	1		1	3
2.	Введение в управление проектами	10	1		1	8
3.	Управление содержанием проекта	10	1		1	8
4.	Управление временем	10	1		1	8
5.	Управление стоимостью	9			1	8
6.	Сетевые графики	10			2	8
7.	Метод критического пути	9			1	8
8.	Резерв времени	9			1	8
9.	График Ганта	9			1	8
10.	Метод Перт	9			1	8
11.	Сетевой график: альтернативный метод	9			1	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99	4		12	83
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Курсовая работа					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3
	Подготовка к текущему контролю	8,7				8,7
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	4		12	92

Курсовые работы: не предусмотрена.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен.

Автор Е. А. Журавлева

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.18 Мерчандайзинг
Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины – обеспечить студентам необходимый уровень знаний по изучению мерчандайзинга и анализу психологических факторов поведения потребителей в торговом пространстве с целью их наиболее эффективного применения в профессиональной деятельности, освоение студентами необходимых теоретических знаний и получение практических навыков в разработке и применении методов продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга, развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления торговой деятельностью в местах продаж.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области мерчандайзинга, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- овладеть категориальным аппаратом в области мерчандайзинга;
- обеспечить будущих бакалавров сферы товарного обращения глубокими и конкретными знаниями в области организации торгового пространства;
- привить навыки анализа факторов, влияющих на поведенческие реакции потребителей во времени и пространстве торгового зала;
- сформировать основы профессиональных умений в изучении и реализации мерчандайзинговых подходов;
- изучить способы и методы регулирования процессов продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга;
- развить креативное мышление на основе разработки нетрадиционных маркетинговых мероприятий для торговых компаний.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мерчандайзинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Мерчандайзинг» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Мерчандайзинг» базируется на дисциплинах «Торгово-коммерческая деятельность» «Поведение потребителей», «Розничные торговые предприятия и сети». В свою очередь дисциплина «Мерчандайзинг» является базой для изучения таких дисциплин как «Торговые выставки и ярмарки», «Управление продуктом и ассортиментом».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.11. Применяет основные ин-	<i>Знает:</i>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<p>струменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>	<ul style="list-style-type: none"> - сущность, виды и функции, а также основные технологии мерчандайзинга; - принципы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; - особенности мерчандайзинга как инструмента, обеспечивающего необходимый уровень качества торгового обслуживания; - методы подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение в торговом пространстве; - регулировать процессы хранения, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери для эффективной системы продаж товаров; - применять комбинированные методы продажи и особенности применения технологий мерчандайзинга на различных типах предприятий с учетом потребительского восприятия <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, распределения площади торгового зала и регулирования покупательских потоков; - методами подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия; - навыками мерчандайзинга в целях обеспечения высокого уровня качества торгового обслуживания

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре 4-го курса (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга	6	2	2		2
	Объекты мерчандайзинговых технологий и участники мерчандайзинговой деятельности	6	2	2		2
	Основные предпосылки для внедрения технологий мерчандайзинга	6	2	2		2
	Распределение ресурсов посетителя и социально-экономическое значение технологий мерчандайзинга	6	2	2		2
	Психологические (поведенческие) факторы формирования теоретических основ мерчандайзинга	6	2			4
	Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков	8	2	2		4
	Мерчандайзинговый подход к классификации товаров и торговых предприятий	6		2		4
	Комбинированные методы продажи и особенности применения технологий мерчандайзинга на различных типах предприятий	8	2	2		4
	Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине	6	2	2		2

	Анализ влияния технологий мерчандайзинга на эффективность работы предприятия	9,8	2			7,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	18	16		33,8
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга	6	2			4
2	Объекты мерчандайзинговых технологий и участники мерчандайзинговой деятельности	6		2		4
3	Основные предпосылки для внедрения технологий мерчандайзинга	6	2			4
4	Распределение ресурсов посетителя и социально-экономическое значение технологий мерчандайзинга	6		2		4
5	Психологические (поведенческие) факторы формирования теоретических основ мерчандайзинга	6	2	2		2
6	Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков	6		2		4
7	Мерчандайзинговый подход к классификации товаров и торговых предприятий	8	2			6
8	Комбинированные методы продажи и особенности применения технологий мерчандайзинга на различных типах предприятий	8	2			6
9	Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине	8		2		6
10	Анализ влияния технологий мерчандайзинга на эффективность работы предприятия	7,8	2	2		3,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	12	12		43,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

Форма проведения аттестации по дисциплине – зачет.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.19 «Поисковая оптимизация»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: сформировать понимание процессов оптимизации сайтов, развить навыки разработки и реализации стратегий продвижения торговых предприятий в сети интернет и применять современные методы рекламы и малобюджетные каналы продвижения сайтов.

Задачи дисциплины:

- изучить основы поисковой оптимизации сайтов сети Интернет;
- освоить навыки администрирования и оптимизации сайтов;
- научиться выбирать каналы продвижения сайтов в соответствии с выделенными бюджетами;
- изучить основные инструменты продвижения сайтов в сети интернет;
- формировать бюджеты на поисковую оптимизацию сайтов;
- оценивать эффективность затрат на продвижение сайтов в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Поисковая оптимизация» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Реклама и продвижение в интернет, Веб-дизайн, Стратегии интернет-маркетинга, Веб-аналитика.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Маркетинговый аудит.

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-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	<p>Знает основы функционирования поисковых машин</p> <p>Знает типы сайтов, структуру и особенности их проектирования</p> <p>Умеет проектировать сайты в соответствии с требованиями поисковых машин</p> <p>Умеет оптимизировать структуру сайта и его контентное наполнение по требованиям поисковых машин</p> <p>Разрабатывает стратегию продвижения в поисковых системах</p> <p>Оптимизирует сайты в соответствии с требованиями поисковых машин</p>
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК- 4.10 Оптимизирует содержание	Знает основы разработки и реализации

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	рекламных стратегий в сети Интернет Знает методы и инструменты продвижения торгового предприятия в сети Интернет
	Умеет проектировать сайты в соответствии с требованиями поисковых машин Умеет оптимизировать рекламные кампании в сети Интернет
	Разрабатывает стратегию продвижения в сети Интернет Применяет функции управления в процессе реализации стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет

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.	Особенности он-лайн продвижения компании в сети Интернет	6	2	2		2
2.	Каналы продаж и продвижения компании в сети интернет	8	2	4		2
3.	Разработка сайтов и выбор каналов их продвижения в сети интернет	8	2	4		2
4.	Особенности функционирования поисковых систем	8	2	4		2
5.	Администрирование сайтов и поисковая оптимизация сайтов	8	2	4		2
6.	Оптимизация контента сайта	10	2	6		2
7.	Взаимосвязь продвижения сайта и иных каналов продвижения компании в сети интернет	2	2	-		-
8.	Бюджетирование работ по поисковой оптимизации	7,8	2	4		1,8
9.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	12	2	6		4
	ИТОГО по разделам дисциплины	69,8	18	34		17,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачет)

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.20 «Практикум по продажам»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины - сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах продаж как специфической функции управления, особенностях организации продаж, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации и управления эффективными продажами в сети Интернет.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности продаж, их целей, принципов и функций;
- рассмотрение особенностей формирования стратегии продаж и интеграция их с иными стратегиями развития предприятия;
- изучение системы эффективных продаж, их особенностей в условиях глобализации;
- изучение функциональных областей продаж – организация работы команды продаж, документооборот подразделения продаж, программы вывода на рынок новых продуктов, управленческие исследования рынка, модификация продукции, особенности ценообразования, продвижение продукции, реклама, сбытовой контроль, маркетинговые коммуникации;
- изучение организации деятельности службы продаж предприятия;
- освоение современных технологий продаж в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по продажам» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Продвижение в социальных сетях, Поведение потребителей.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Веб-аналитика, Торговые выставки и ярмарки, Торговля товарами промышленного назначения.

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-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.13. Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия	Знает структуру продаж и характеристику основных этапов продаж Знает особенности работы с клиентами и программы для построения партнёрских отношений
	Умеет анализировать информацию, необходимую для формирования портрета целевого потребителя. Умеет составлять коммерческое предложение и презентовать продукт/услугу.
	Владеет широким набором коммуникативных приемов и техник и применяет их в ходе переговоров.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Формирует коммерческие предложения и проводит презентации коммерческого предложения

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.	Формирование стратегии продаж в он-лайн среде	8	2	2		4
2.	Современные формы продаж. Каналы продаж в сети Интернет	10	4			6
3.	Этапы эффективных продаж.	8	2	2		4
4.	Современные технологии продаж в сети интернет	10	4			6
5.	Особенности построения коммуникации в продажах	12	2	4		6
6.	Создание отдела продаж. Регламенты для торгового персонала.	10	2	2		6
7.	Построение партнёрских отношений с клиентами	5,8	2	2		11,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>18</i>	<i>16</i>		<i>33,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачет)*

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.21 Веб-аналитика»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины: изучение теоретических и практических прикладных аспектов использования современного веб-аналитического инструментария. Студенты освоят методы веб-аналитики, научатся применять инструменты, а получают знания и навыки проведения комплексных мониторинговых исследований в сети Интернет, используемых в дальнейшей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование понимания логики развития современной маркетинговой интернет среды, направлений ее динамики, сложности и неопределенности;
- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к проведению веб-аналитических процедур и мониторинговых исследований в интернет-среде;
- выработка умения применять инструменты веб-аналитики и мониторинговых исследований в интернет-среде;
- формирование навыков веб-аналитики и проведения мониторинговых исследований в интернет-среде.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Веб-аналитика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.21) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса. Дисциплина «Веб-аналитика» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Маркетинг», «Основы системного анализа и принятия решений», «Рыночные исследования и анализ данных», «Статистика», «Профессиональные компьютерные программы», «Продвижение в социальных сетях», «Реклама и продвижение в интернет», «Стратегии интернет-маркетинга», «Поисковая оптимизация». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Веб-аналитика» является базой для изучения таких дисциплин как «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Конкурентный анализ в отрасли», «Маркетинговый аудит».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.5 Обработывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	Знает: Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Знает: Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Умеет: Проводить аудит веб-сайтов конкурентов
	Умеет: Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Трудовое действие: Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
	Трудовое действие: Проведение исследований веб-сайтов конкурентов
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов,	
ИПК-3.14 Обработывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Знает: Особенности функционирования современных веб-аналитических систем
	Умеет: Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт
	Умеет: Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт
	Трудовое действие: Проведение анализа количественных и качественных показателей трафика на веб-сайт
	Трудовое действие: Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.11 Обработывает и анализирует	Знает: Основы функционирования основных систем

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	управления веб-сайтами
	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Умеет: Анализировать исходные данные
	Умеет: Определять критерии качества и сравнивать результат реализации стратегии продвижения с планируемыми
	Трудовое действие: Оперативный сбор информации о результатах реализации стратегии продвижения
	Трудовое действие: Выявление расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения и выявление их причин

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре для очной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Основные понятия и принципы web-технологий	6	2	-	2	2
2.	Методология веб-анализа	18	6	-	6	6
3.	Инструментарий веб-анализа	24	8	-	8	8
4.	Анализ данных в Excel	26	8	-	8	10
5.	Python для анализа данных	30	10	-	10	10
	<i>Итого:</i>	104	34	-	34	36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Основные понятия и принципы web-технологий	7	1	-	2	4
2.	Методология веб-анализа	18	2	-	6	10
3.	Инструментарий веб-анализа	23	3	-	8	12
4.	Анализ данных в Excel	26	2	-	10	14
5.	Python для анализа данных	28	4	-	10	14
	<i>Итого:</i>	102	12	-	36	54
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

А.В. Омеляненко

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.22 Торговые выставки и ярмарки

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков в области планирования, организации и проведения торговых выставок и ярмарок в процессе использования комплекса маркетинговых коммуникаций и продвижения компании с помощью взаимодействия с организаторами, партнерами выставочно-ярмарочной деятельности и применения различных рекламно-информационных инструментов.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний основных терминов и понятий в области выставочно-ярмарочной деятельности;
- обеспечение понимания концепции выставочно-ярмарочной деятельности, целей и задач организации и проведения торговых выставок и ярмарок;
- изучение классификации торговых выставок и ярмарок, характеристики выставочных комплексов;
- расширение знаний нормативно-правовой базы в области организации и проведения торговых выставок и ярмарок;
- освоение методов планирования и разработки выставочного бюджета;
- развитие навыков участия в выставочно-ярмарочной деятельности и организации работы персонала.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» относится к Части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на четвертом курсе по очной и на четвертом курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» базируется на дисциплинах «Маркетинговые коммуникации», «Медиапланирование и Public Relations» и имеет логическую связь с дисциплинами «Маркетинг», «Мерчандайзинг», «Реклама и продвижение в Интернет». В свою очередь дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» является базой для изучения дисциплины «Формирование и управление партнёрскими отношениями».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности	Знает: Основные понятия, цели и задачи, характеристику выставочно-ярмарочной деятельности.
	Знает: Виды выставочно-ярмарочных мероприятий и нормативно-правовую базу, регулирующую организацию торговых выставок.
	Знает: Порядок организации работы персонала на выставке и выбора места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Умеет: Планировать, организовывать торговые выставки и ярмарки и анализировать результаты участия компании в них.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Умеет: Обеспечивать рекламно-информационную поддержку компании при участии в торговых выставках и ярмарках.
	Умеет: Организовывать работу персонала на выставке и выбирать места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Трудовое действие: Владеет навыками разработки концепции выставки.
	Трудовое действие: Владеет методами планирования и разработки выставочного бюджета и оценка эффективности выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Трудовое действие: Владеет навыками организации персонала на выставке и выбора места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (для очной формы обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные понятия, цели, задачи, классификация торговых выставок и ярмарок.	7	4	1		2
2.	Современные тенденции выставочно-ярмарочной деятельности.	5	2	1		2
3.	Торговые выставки и ярмарки как инструмент маркетинговых коммуникаций.	10	4	2		4
4.	Нормативно-правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности.	8	4	2		2
5.	Методика подготовки и проведения торговых ярмарок и выставочных мероприятий.	12	4	2		6
6.	Организация онлайн-выставок.	10	4	2		4
7.	Организация и координация, мотивация работы персонала в проведении торговых выставок и ярмарок.	8	4	2		2
8.	Экономический анализ рисков выставочного участия.	8	4	2		2
9.	Планирование, разработка бюджета на проведение торговых выставок, ярмарок и анализ эффективности выставочных мероприятий.	10	4	2		4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	78	34	16		28
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.23 Управление интеллектуальной собственностью»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: _3 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания роли и значения информационно-интеллектуальных факторов деятельности современной фирмы, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления процессами создания, аккумулирования и эффективного использования интеллектуального капитала как основного источника уникальных конкурентных преимуществ

Задачи дисциплины:

- уяснить механизмы формирования рыночной ценности фирмы посредством создания реальных активов, умножающих стоимость вложенных в них ресурсов;
- понять причины усиления роли информационно-интеллектуальных факторов в современной экономической жизни;
- понять природу интеллектуальных активов фирмы, изучить их особые свойства и ознакомиться с основными видами интеллектуальных активов, а также уметь классифицировать их по различным признакам;
- осознать необходимость формализации процесса управления информационно-интеллектуальными факторами в современных условиях; определить место управления ИА как самостоятельной подсистемы в общей системе управления фирмой;
- выделить основные функции управления интеллектуальными активами; дать содержательную характеристику функциональным подсистемам управления ИА.
- осознать причины актуализации оценки интеллектуальных активов фирмы в современной экономической жизни и уяснить цели оценки нематериальных активов;
- получить представление о существующих подходах к оценке ИА и уяснить различия между монетарными и немонетарными методами оценки ИА;
- изучить возможности стоимостной оценки ИА и их влияния на рыночную ценность фирмы;
- изучить немонетарные методы и научиться применять необходимые критерии оценки ИА;
- ознакомиться с системой нормативного регулирования объектов и принципов учета нематериальных активов и изучить основные процедуры бухгалтерского учета нематериальных активов;
- получить представление о соответствии российских и международных стандартов

учета нематериальных активов;

– знать виды налогов для объектов налогообложения, возникающих в процессе использования нематериальных активов, и уяснить общие принципы и проблемы налогового учета нематериальных активов;

– научиться извлекать в аналитических целях информацию о расходах, связанных с созданием и использованием интеллектуальных активов предприятия, из документов бухгалтерской отчетности;

– уяснить различия между экономическими и юридическими механизмами использования объектов интеллектуальной деятельности;

– получить представление о формировании и развитии правовой системы интеллектуальной собственности, ее основных объектах и сферах, современных тенденциях развития;

– установить принципы регулирования и защиты интеллектуальной собственности в международной сфере, а также познакомиться с задачами и функциями Всемирной организации интеллектуальной собственности.

– понять природу авторского права, направленного на защиту интересов создателя творческого произведения в духовной сфере человеческой деятельности;

– знать условия возникновения авторских прав на такие объекты как произведения науки, литературы и искусства;

– изучить состав и содержание личных неимущественных и имущественных прав авторов произведений и иных лиц, а также действий по их реализации;

– понять сущность и структуру промышленной собственности как совокупности прав на результаты интеллектуальной деятельности, используемые преимущественно в производственно-коммерческой деятельности;

– изучить объекты патентного права и основные признаки идентификации изобретений, полезных моделей и промышленных образцов;

– усвоить логику и процедуры подачи заявок, экспертизы, признания и выдачи патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы;

– изучить основные правовые требования к созданию фирменного наименования и условия его использования в хозяйственной практике;

– понять, что представляет собой товарный знак, знак обслуживания, наименование мест происхождения товаров и каковы основные условия государственной регистрации тех или иных обозначений в качестве товарных знаков или наименований мест происхождения;

- узнать основные процедуры регистрации товарных знаков и наименований мест происхождения товаров, а также изучить правовые условия их использования владельцами и другими лицами;
- узнать, какие виды внутренней информации предприятия защищаются правовым институтом коммерческой тайны и что не может составлять коммерческую тайну в соответствии с требованиями закона;
- установить, что понимается под топологией интегральных микросхем как объектом интеллектуальной собственности;
- понять, что относится к селекционным достижениям как результатам интеллектуальных усилий и каковы критерии их охраноспособности;
- ознакомиться с основными элементами правового режима регистрации, использования и защиты нетрадиционных объектов интеллектуальной собственности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление интеллектуальной собственностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.24) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса. Дисциплина «Управление интеллектуальной собственностью» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Маркетинг», «Правоведение», «Бухгалтерский учет в торговле», «Экономика торгового предприятия», «Статистика», «Финансы коммерческого предприятия», «Правовое регулирование профессиональной деятельности». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Управление интеллектуальной собственностью» является базой для изучения таких дисциплин как «Брендинг и собственные торговые марки», «Конкурентный анализ в отрасли», «Маркетинговый аудит».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

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

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с	

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия	Знает: Особенности существующих подходов к оценке ИА и различия между монетарными и немонетарными методами оценки ИА
	Знает: Возможности стоимостной оценки ИА и их влияния на рыночную ценность фирмы
	Умеет: Извлекать в аналитических целях информацию о расходах, связанных с созданием и использованием интеллектуальных активов предприятия, из документов бухгалтерской отчетности
	Умеет: Определять условия возникновения авторских прав на такие объекты как произведения науки, литературы и искусства
	Трудовое действие: Оперативный сбор информации о составе и стоимости интеллектуальных активов фирмы, а также классификация их по различным признакам
	Трудовое действие: Проведение анализа формирования рыночной ценности фирмы посредством создания реальных активов, умножающих стоимость вложенных в них ресурсов

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре для очной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Интеллектуальные активы современной фирмы. Нематериальные факторы в развитии современной экономики	5	2	1	-	2
2.	Сущность и свойства нематериальных активов функционирования фирмы	7	4	1	-	2
3.	Управление интеллектуальными активами в общей системе функционирования фирмы	8	2	2	-	4

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
4.	Оценка неосязаемых активов: необходимость и возможность в современной экономике	10	4	2	-	4
5.	Практические аспекты использования интеллектуальных активов: бухгалтерский учет и налогообложение	8	4	2	-	2
6.	Основы правового регулирования отношений интеллектуальной собственности. Авторское право	8	4	2	-	2
7.	Объекты промышленной собственности. Патентное право	8	4	2	-	2
8.	Средства индивидуализации участников гражданского оборота	10	4	2	-	4
9.	Объекты промышленной собственности: информация, содержащая коммерческую тайну, топология интегральных микросхем, селекционные достижения	7	2	1	-	4
10.	Оценка эффективности использования и управления интеллектуальным капиталом	7	4	1	-	2
	<i>Итого:</i>	78	34	16	-	28
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Интеллектуальные активы современной фирмы. Нематериальные факторы в развитии современной экономики	5	2	1	-	2

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
2.	Сущность и свойства нематериальных активов функционирования фирмы	7	4	1	-	2
3.	Управление интеллектуальными активами в общей системе функционирования фирмы	7	2	1	-	4
4.	Оценка неосязаемых активов: необходимость и возможность в современной экономике	9	4	1	-	4
5.	Практические аспекты использования интеллектуальных активов: бухгалтерский учет и налогообложение	8	4	2	-	2
6.	Основы правового регулирования отношений интеллектуальной собственности. Авторское право	8	4	2	-	2
7.	Объекты промышленной собственности. Патентное право	7	4	1	-	2
8.	Средства индивидуализации участников гражданского оборота	9	4	1	-	4
9.	Объекты промышленной собственности: информация, содержащая коммерческую тайну, топология интегральных микросхем, селекционные достижения	9	4	1	-	4
10.	Оценка эффективности использования и управления интеллектуальным капиталом	9	4	1	-	4
	<i>Итого:</i>	78	36	12	-	30
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор
А.Н. Костецкий

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.24 **Управление продуктом и ассортиментом**»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем разработки товарных стратегий, выбора и формирования продуктового ассортимента, решения вопросов ценообразования, продвижения и размещения товаров, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых принципов и инструментов прогнозирования объема продаж по ассортиментным категориям и группам, в принятии решений об изменении товарного ассортимента и стратегической продуктовой политики современной фирмы.

Задачи дисциплины:

- формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;
- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к управлению продуктовым ассортиментом предприятия;
- понимание значения и сущности стратегического подхода в формировании ассортимента предприятия, принципов разработки и реализации продуктовой и ассортиментной стратегии;
- усвоение знаний классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров;
- формирование навыков проведения анализа состояния продуктовых категорий и диагностики всего процесса реализации;
- выработка умения определять наиболее прибыльные категории и продукты в ассортименте организации;
- изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации на продуктовом уровне;
- знание содержания и этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов;
- знание содержания и этапов процесса разработки стратегической ценовой политики в маркетинге и различных стратегий ценообразования;
- умение формировать и корректировать на основе ассортиментного анализа продуктовую и ассортиментную политику, исходя из стратегических задач повышения доходности, сокращения издержек, повышения оборачиваемости товарных запасов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.24) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса. Дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Экономика торгового предприятия», «Статистика», «Финансы коммерческого предприятия», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Мерчандайзинг». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» является базой для изучения таких дисциплин как «Брендинг и собственные торговые марки», «Торговля товарами промышленного назначения», «Маркетинговый аудит».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	
ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	Знает: содержания этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов
	Знает: классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров
	Умеет: определять наиболее прибыльные категории и продукты в ассортименте организации
	Умеет: формировать и корректировать на основе ассортиментного анализа продуктовую и ассортиментную политику, исходя из стратегических задач повышения доходности, сокращения издержек, повышения оборачиваемости товарных запасов
	Трудовое действие: Формирование предложений по совершенствованию товарной политики
	Трудовое действие: проведения анализа состояния продуктовых категорий и диагностики всего процесса реализации

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Товар и продукт. Коммерческие характеристики товара	5	2	1	-	2
2.	Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы	7	4	1	-	2
3.	Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж	7	2	1	-	4
4.	Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы	9	4	1	-	4
5.	Управление ассортиментом и номенклатурой	8	4	2	-	2
6.	Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом	8	4	2	-	2
7.	Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом	7	4	1	-	2
8.	Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом	9	4	1	-	4
9.	Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом	9	4	1	-	4
10.	Управление марочным ассортиментом	9	4	1	-	4
	<i>Итого:</i>	78	36	12	-	30
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

А.В. Омеляненко

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.25 «Формирование и управление партнёрскими отношениями»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: изучение информационных технологий и систем, обеспечивающих реализацию концепций и базовых подходов управления взаимоотношениями с клиентами и поддержку принятия решений в управлении торговым предприятием.

Задачи дисциплины:

- научить использовать современные CRM-системы в управлении торговым предприятием;
- сформировать навыки управления отношениями с клиентами, партнёрами и иными контрагентами с целью развития и поддержания долгосрочных связей;
- приобретение умений и навыков настройки, эксплуатации и проверки работоспособности современных информационных систем управления взаимоотношениями с клиентами

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Формирование и управление партнёрскими отношениями» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Веб-аналитика, Продвижение в социальных сетях, Поведение потребителей.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Маркетинговый аудит

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 применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК- 2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами	<p>Знает методы сбора и обработки информации о клиентах, поставщиках, подрядчиках и иных контрагентах торгового предприятия</p> <p>Знает особенности и содержание проектов по внедрению систем организации и управления партнёрскими отношениями</p> <p>Умеет проектировать системы управления партнёрскими отношениями</p> <p>Умеет интегрировать CRM-системы с иными сервисами и программами торгового предприятия</p>
	<p>Владеет навыками формирования проекта по внедрению CRM-систем и его реализации</p> <p>Взаимодействует с участниками работ по реализации стратегий управления торговыми предприятиями</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.	Сущность и значение формирования и управления партнёрскими отношениями.	8	4	2		2
2.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.	12	6	2		4
3.	Особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами	12	6	2		4
4.	Реализация функций маркетинга в CRM	12	4	2		6
5.	Системы автоматизации продаж.	10	4	2		4
6.	CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам	10	4	2		4
7.	Интеграции CRM-систем с иными информационными и программными средствами	14	6	4		4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	78	34	16		28
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(экзамен)*

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.26 Бренддинг и собственные торговые марки
Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины – формирование у бакалавров знаний теоретических и практических основ бренддинга и формирования собственных торговых марок, овладение навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории и бренддинга как процесса создания и управления брендом. Изучение дисциплины подразумевает развитие профессиональных компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области бренддинга, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- усвоение базисных знаний о сущности бренддинга и собственных торговых марок, структуре и значении;
- рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей бренддинга;
- изучение теории и практики товарного и корпоративного бренддинга;
- анализ индивидуальности бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда и СТМ;
- планирование и модели разработки идентичности бренда;
- рассмотрение вопросов лояльности бренду и СТМ;
- изучение развития брендов и СТМ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренддинг и собственные торговые марки» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Бренддинг и собственные торговые марки» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Бренддинг и собственные торговые марки» базируется на дисциплинах «Торгово-коммерческая деятельность» «Маркетинговые коммуникации», «Управление продуктом и ассортиментом». В свою очередь дисциплина «Бренддинг и собственные торговые марки» является базой для изучения таких дисциплин как «Практикум по креативному маркетингу».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.16. Разрабатывает стратегии и	<i>Знает:</i>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода	- маркетинговые и социально-психологические аспекты брендинга - понимать смысл и знать основные методы, средства и технологии управления брендом - сущность стратегии продвижения брендов на основе ценностно-ориентированного подхода
	Умеет: - анализировать современные бренды через призму ценностно-ориентированного подхода - использовать технологии брендинга и профессиональной деятельности - разрабатывать стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода
	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - принципами и навыками выбора названия бренда, навыками формирования перспективного бренда - навыками разработки программы формирования и продвижения брендов на основе ценностно-ориентированного подхода - навыками разработки бренда с учетом специфики предприятия и инновационных методов

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре 4-го курса (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность, понятие и история брендинга. Понятие собственных торговых марок	10	2	2		6
2.	Структура и разновидности бренда. Содержание и атрибуты бренда	14	4	2		8
3.	Основные характеристики бренда и собственных торговых марок	14	6	2		6
4.	Основные этапы разработки бренда	14	6	2		6
5.	Выбор названия бренда	14	4	2		8
6.	Формирование перспективного бренда	14	4	2		8
7.	Методология изучения бренда. Социологические исследования в брендинге	10	4	2		4
8.	Бренд-менеджмент, стратегии и программы формирования и продвижения брендов	11,8	4	2		5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8	34	16		51,8
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	

1	Сущность, понятие и история брендинга. Понятие собственных торговых марок	10	2	2		6
2	Структура и разновидности бренда. Содержание и атрибуты бренда	14		4		10
3	Основные характеристики бренда и собственных торговых марок	12	2	2		8
4	Основные этапы разработки бренда	12	2	2		8
5	Выбор названия бренда	12		4		8
6	Формирование перспективного бренда	12		4		8
7	Методология изучения бренда. Социологические исследования в брендинге	14		4		10
8	Бренд-менеджмент, стратегии и программы формирования и продвижения брендов	10,8	2	2		6,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>100,8</i>	<i>12</i>	<i>24</i>		<i>64,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

Форма проведения аттестации по дисциплине – зачет.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.27 Маркетинговый аудит
Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний в области организации и проведения маркетингового аудита, освоение основных экспертных методов, формирование умений и навыков эксперта-аудитора, а также контроля их эффективности, развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности в части маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- овладеть категориальным аппаратом в области маркетингового аудита;
- проанализировать роль и место маркетингового аудита в системе управления торговой деятельностью компании;
- изучить принципы аудита системы маркетинга на предприятии;
- изучить основные экспертные методы, применяемые в маркетинговой деятельности и процедуру аудита;
- освоить подход к аудиту бизнес-проектов и бизнес-планов;
- изучить основные механизмы экспертизы и аудита товаров в маркетинге;
- освоить основные приемы экспертизы инновационных проектов;
- изучить принципы контроллинга расходов на маркетинг и продвижение.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговый аудит» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Маркетинговый аудит» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Маркетинговый аудит» базируется на дисциплинах «Основы товароведения и экспертизы в торговле» «Маркетинговые исследования». В свою очередь дисциплина «Маркетинговый аудит» является базой для изучения таких дисциплин как «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Методы стратегического анализа».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.13. Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия	Знает: <ul style="list-style-type: none">- основные механизмы аудита маркетинговых программ и стратегий торгового предприятия;- основные экспертные методы, применяемые в маркетинговой деятельности для анализа бизнес-среды компании и коммуникационных систем торгового предприятия;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	- принципы аудита конъюнктуры рынка и бизнес – технологий торгового предприятия
	Умеет: - проводить аудит и оценку эффективности хозяйственной деятельности, осуществлять контроль за ее реализацией; - проводить аудит маркетинговых программ, стратегий компании в условиях хозяйственных рисков; - осуществлять аудит коммуникационных систем торгового предприятия
	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - основными приемами аудита инновационных проектов, в том числе в условиях риска - навыками аудита маркетинговых программ и анализа внутренней и внешней бизнес-среды предприятия; - представлять и использовать результаты аудита коммуникационных систем торгового предприятия с использованием научных методов

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре 4-го курса (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Аудит системы маркетинга компании	10	2	2		6
2.	Экспертные методы в маркетинге и их характеристика	12	4	2		6
3.	Особенности экспертизы бизнес-проектов и бизнес-планов	10	2	2		6
4.	Основные методы и особенности экспертизы товара в маркетинге.	12	4	2		6
5.	Аудит инновационных проектов в маркетинговой деятельности предприятия	12	4	4		4
6.	Контроллинг расходов на маркетинг и продвижение	9,8	2	4		3,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>65,8</i>	<i>18</i>	<i>16</i>		<i>31,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Аудит системы маркетинга компании	10	2	2		6
2	Экспертные методы в маркетинге и их характеристика	10	2	2		6
3	Особенности экспертизы бизнес-проектов и бизнес-планов	10	2	2		6
4	Основные методы и особенности экспертизы товара в маркетинге.	10	2	2		6

5	Аудит инновационных проектов в маркетинговой деятельности предприятия	12	2	2		8
6	Контроллинг расходов на маркетинг и продвижение	13,8	2	2		9,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	65,8	12	12		41,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

Форма проведения аттестации по дисциплине – зачет.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.28 «Методы анализа и прогнозирования спроса»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: изучение теорий и получение навыков практических расчетов, анализа и прогнозирования спроса.

Задачи дисциплины: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы анализа и прогнозирования спроса в сфере услуг» учебного цикла принадлежит части, формируемой участниками образовательного процесса и логически, содержательно-методически взаимосвязана с другими ее частями.

Для успешного освоения дисциплины «Методы анализа и прогнозирования спроса в сфере услуг» предъявляются следующие требования к «входным» знаниям, умениям, опыту деятельности обучающегося, необходимые при ее освоении и приобретенные в результате освоения предшествующих дисциплин («Математика», «Информатика», «Статистика», «Компьютерные программы и базы данных офисного назначения»):

- знать и уметь работать с нормативно-правовыми документами, составляющими основу деятельности хозяйствующих субъектов;
- осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;
- владеть методиками анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявления тенденции изменения социально-экономических показателей.

Предшествующими дисциплинами являются «Компьютерный практикум», «Математика», «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», «Статистика» и последующими «Методы стратегического анализа», «Конкурентный анализ в отрасли».

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 применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики	<p><i>Знает</i> основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования спроса на рынке; программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; алгоритмы формирования потребительского спроса</p> <p><i>Умеет</i> изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса</p> <p><i>Владеет</i> методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности, спроса на рынке; анализа тенденции изменения спроса</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 7-ом семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы методов анализа и прогнозирования спроса на рынке	19	3	3		13
2.	Количественные методы анализа спроса	19	3	3		13
3.	Методы прогнозирования спроса	19	3	3		13
4.	Анализ и прогнозирование спроса инструментами ПП Excel	19	3	3		13
5.	Анализ и прогнозирование спроса инструментами ПП SPSS	23,8	4	4		15,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99,8	16	16		67,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8				8
	Курсовая работа					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	16	16		76

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 7-ом семестре (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы методов анализа и прогнозирования спроса на рынке	18	2		4	12
2.	Количественные методы анализа спроса	18	2		4	12
3.	Методы прогнозирования спроса	18	2		4	12
4.	Анализ и прогнозирование спроса инструментами ПП Excel	18	2		6	12
5.	Анализ и прогнозирование спроса инструментами ПП SPSS	25,8	4		6	15,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99,8	12		24	63,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8				8
	Курсовая работа					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	12		24	72

Курсовые работы: *не предусмотрена.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет.*

Автор Е. А. Журавлева

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.29 Практикум по креативному маркетингу
Объём трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины «Практикум по креативному маркетингу» – формирование у студентов понимание сущности и значимости современной концепции креативного маркетинга, предоставление необходимых базовых знаний и практических навыков в области использования креативных технологий и приемов в маркетинге.

Задачи дисциплины могут быть уточнены следующим образом:

— формирование знаний и представлений о содержании креативного маркетинга, а также понимания основных трудностей в работе маркетологов при разработке креативных концепций;

— формирование навыков использования стратегических и тактических инструментов креативного маркетинга с целью повышения эффективности маркетинговой деятельности;

— развитие навыков анализа рыночного положения фирмы, маркетинговой активности конкурентов, контент-стратегий, в том числе креативной составляющей, знание особенностей информационного обеспечения принятия решений в маркетинге;

— развитие понимания основных этапов формирования креативной стратегии и оценка ее роли в коммуникационной стратегии бренда/компании;

— развитие навыков разработки креативных концепций в рамках планирования рекламных кампаний;

— формирование представления о применении креативного маркетинга в реализации комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в онлайн и офлайн среде.

На семинарах рассматриваются конструктивные креативные методики, творческие и изобретательские алгоритмы, направленные на развитие базовых навыков творческого мышления и креативности у обучающихся. Обучение направлено на изучение творческих и изобретательских алгоритмов в построении креативной стратегии, создании контента, продающих текстов, запуска рекламы, создания комьюнити-сообщества и стратегий продвижения в социальных сетях. Развиваются представления и навыки по разработке креативных концепций в маркетинговых программах. Анализ конкретных учебных ситуаций (кейсов) — метод обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях: выявление проблем; работа с информацией — осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; разработка креативных предложений, создание отчетов; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей — навыки групповой работы.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Практикум по креативному маркетингу» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.29) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль Электронная коммерция и интернет-маркетинг.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Практикум по креативному маркетингу» предназначена для студентов третьего курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Изучение курса «Практикум по креативному маркетингу» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь, проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете

(экономика, менеджмент, коммерческая деятельность предприятий, маркетинговые исследования).

Для освоения дисциплины «Практикум по креативному маркетингу» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Основы маркетинга», «Стратегический маркетинг», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации» и др. Дисциплина «Практикум по креативному маркетингу» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

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- 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК- 4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде	<p>Знает: сущность концепции креативного маркетинга; основные креативные методики; стратегические и тактические инструменты креативного маркетинга с целью повышения эффективности реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде</p> <p>Умеет: анализировать конкурентную среду компании, давать оценку маркетинговой активности конкурентов, включая креативную составляющую; использовать технологии креативных методов продвижения товаров; осуществлять выбор оптимальных каналов и инструментов продвижения с использованием инструментов креативного маркетинга; идентифицировать маркетинговые проблемы и ставить цели их решения с помощью инструментов креативного маркетинга; проводить анализ полученных данных и разрабатывать стратегию маркетинга</p> <p>Владеет: навыками использования основных техник, направленных на развитие креативного мышления; навыками использования креативных методов в маркетинге; оценки эффективности внедрения методов креативного маркетинга на конкретном объекте; базовыми навыками планирования и запуска креативными рекламных кампаний, маркетинговых активаций, составления бюджета и оценки их эффективности.</p>

Содержание дисциплины

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Основы латерального мышления	12	2	4		6
2.	Креативные технологии в маркетинге: основные виды и направления	12	2	4		6
3.	Развитие творческого мышления: приемы и методы генерирования новых идей	12	2	4		6
4.	Копирайтинг: создание продающих текстов	12	2	4		6
5.	Основы разработки креативных стратегий в маркетинговых программах	12	2	4		6
6.	Современные тренды в креативе	7,8	2	4		1,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>12</i>	<i>24</i>		<i>33,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Малкова Е.М.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.01.01 Торговля товарами промышленного назначения
Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки политики распределения и эффективного управления каналами сбыта, достижения стратегических целей распределения, грамотного применения навыков и знаний в построении дистрибьюторской сети или осуществлении дистрибьюторской деятельности в торговле товарами промышленного назначения.

Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- изучение основных принципов торговли товарами промышленного назначения;
- изучение специфики проведения маркетинговых исследований на рынках товаров промышленного назначения;
- анализ особенностей покупательского поведения организованных потребителей;
- усвоение особенностей сегментации промышленных рынков.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торговля товарами промышленного назначения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Торговля товарами промышленного назначения» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Торговля товарами промышленного назначения» базируется на дисциплинах «Торгово-коммерческая деятельность» «Распределительно-логистические системы». В свою очередь дисциплина «Торговля товарами промышленного назначения» является базой для изучения таких дисциплин как «Формирование и управление партнерскими отношениями», «Конкурентный анализ в отрасли».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p> <p>ИПК-3.17. Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и логику управления торгово-технологическими процессами на предприятии; - сущность и виды каналов распределения, состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс управления сбытом на промышленном рынке; - принципы делового партнерства на промышленном рынке и реализации товаров промышленного назначения <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий управления торгово-технологическими процессами на промышленном предприя-

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>тии,</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать проблемы и находить пути их решения в области проведения деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения - использовать в деятельности маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом разработки стратегических планов по выбору деловых партнеров, в реальных условиях системы управления каналами распределения промышленного предприятия; - осуществления управления торгово-технологическими процессами на промышленном предприятии - основными подходами и инструментами продвижения при реализации товаров промышленного назначения

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре 4-го курса (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и характеристика товаров промышленного назначения. Спрос на промышленном рынке	8	2	2		4
2.	Типология продукции промышленного назначения	8	2	2		4
3.	Маркетинговые исследования и сегментирование промышленных рынков	8	2	2		4
4.	Товарная политика и покупательское поведение на рынках продукции промышленного назначения	8	2	2		4
5.	Ценообразование на рынках продукции промышленного назначения	8	2	2		4
6.	Управление продажами и каналами дистрибуции на рынке продукции промышленного назначения	10	4	2		4
7.	Маркетинговые коммуникации на рынке товаров промышленного назначения	8	2	2		4
8.	Организация маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях	9,8	2	2		5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>18</i>	<i>16</i>		<i>33,8</i>
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сущность и характеристика товаров промышленного назначения. Спрос на промышленном рынке	8	2	2		4

2	Типология продукции промышленного назначения	8		4		4
3	Маркетинговые исследования и сегментирование промышленных рынков	6	2	2		2
4	Товарная политика и покупательское поведение на рынках продукции промышленного назначения	6	2	2		2
5	Ценообразование на рынках продукции промышленного назначения	10	2	4		4
6	Управление продажами и каналами дистрибуции на рынке продукции промышленного назначения	10	2	2		6
7	Маркетинговые коммуникации на рынке товаров промышленного назначения	10	2	4		4
8	Организация маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях	9,8		4		5,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		67,8	12	24		31,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Общая трудоемкость по дисциплине		72				

Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

Форма проведения аттестации по дисциплине – зачет.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.01.02 В2В-МАРКЕТИНГ
Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний и умений в области В2В-маркетинга, необходимых для разработки политики распределения и эффективного управления каналами сбыта, достижения стратегических целей распределения на В2В-рынке, грамотного применения навыков и знаний в построении дистрибьюторской сети или осуществлении коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- изучение основных принципов В2В-маркетинга;
- изучение специфики проведения маркетинговых исследований на В2В рынках и рынках товаров промышленного назначения;
- анализ особенностей покупательского поведения организованных потребителей;
- усвоение особенностей сегментации промышленных рынков.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «В2В-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «В2В-маркетинг» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «В2В-маркетинг» базируется на дисциплинах «Торгово-коммерческая деятельность» «Распределительно-логистические системы». В свою очередь дисциплина «В2В-маркетинг» является базой для изучения таких дисциплин как «Формирование и управление партнерскими отношениями», «Конкурентный анализ в отрасли».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.17. Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения	Знает: <ul style="list-style-type: none">- сущность и логику управления торгово-технологическими процессами на предприятии;- сущность и виды каналов распределения на В2В-рынке, состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс управления сбытом на промышленном рынке;- принципы делового партнерства на В2В- рынках и реализации товаров промышленного назначения
	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- использовать инструментарий управления торгово-технологическими процессами на промышленном предприятии,

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать проблемы и находить пути их решения в области В2В- отношений, а также в области проведения деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения - использовать в деятельности маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом разработки стратегических планов по выбору деловых партнеров, в реальных условиях системы управления каналами распределения на В2В -рынке; - осуществления управления торгово-технологическими процессами на промышленном предприятии - основными подходами и инструментами продвижения при реализации товаров промышленного назначения

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре 4-го курса (*очная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и характеристика В2В-рынка. Понятие товаров промышленного назначения. Спрос на промышленном рынке	8	2	2	4	
2.	Типология продукции промышленного назначения	8	2	2	4	
3.	Маркетинговые исследования и сегментирование В2В-рынков	8	2	2	4	
4.	Товарная политика и покупательское поведение на В2В-рынках	8	2	2	4	
5.	Ценообразование на рынках продукции промышленного назначения	8	2	2	4	
6.	Управление продажами и каналами сбыта на В2В-рынке	10	4	2	4	
7.	Маркетинговые коммуникации на В2В-рынке и их особенности	8	2	2	4	
8.	Организация маркетинговой деятельности на В2В-рынке	9,8	2	2	5,8	
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		67,8	18	16	33,8	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Общая трудоемкость по дисциплине		72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	

1	Сущность и характеристика B2B-рынка. Понятие товаров промышленного назначения. Спрос на промышленном рынке	8	2	2		4
2	Типология продукции промышленного назначения	8		4		4
3	Маркетинговые исследования и сегментирование B2B-рынков	6	2	2		2
4	Товарная политика и покупательское поведение на B2B-рынках	6	2	2		2
5	Ценообразование на рынках продукции промышленного назначения	10	2	4		4
6	Управление продажами и каналами сбыта на B2B-рынке	10	2	2		6
7	Маркетинговые коммуникации на B2B-рынке и их особенности	10	2	4		4
8	Организация маркетинговой деятельности на B2B-рынке	9,8		4		5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>12</i>	<i>24</i>		<i>31,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

Форма проведения аттестации по дисциплине – зачет.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Б1.В.ДЭ.02.01. МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы.

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах стратегического анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Изучить теоретические и практические вопросы стратегического анализа, его современное понимание и особенности проведения;
- Освоить методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации, оценки привлекательности рынков, конкурентоспособности товаров и фирмы в целом;
- Изучить базовые категории понятийного аппарата теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков механизм функционирования денег и определить их роль в экономике государства.
- Определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить алгоритм и методическое обеспечение анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить порядок сбора и обработки информации об основных процессах, протекающих на товарных рынках.
- Освоить методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, изучить способы определения емкости товарного рынка.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы стратегического анализа» относится к элективным дисциплинам 2 (ДЭ.2) части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на четвертом курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Методы стратегического анализа» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Экономическая теория», «Организационное поведение», «Торгово-коммерческая деятельность», «Рыночные исследования и анализ данных», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Стратегии интернет-маркетинга» и др.

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 применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	Знает: - разнообразие методов исследований поведения потребителей в сети интернет; - способы, методы и правила; программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; - инструменты стратегического анализа конкурентов; - методы стратегического анализа позиции фирмы на отраслевом рынке;
	Умеет: - использовать инструменты стратегического анализа; - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; - составлять отчеты по результатам проведенных исследований как потребителей, так и отраслевых конкурентов; - использовать методики анализа потребителей и конкурентов в отрасли.
	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - реализации исследовательских проектов по изучению потребителей и конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследование каналов коммуникации конкурентов и анализа их эффективности; - использования методов стратегического анализа; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (на 4 курсе) (**очная форма обучения**)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы стратегического анализа	8	2	2	-	4
2	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа	8	2	2	-	4
3	Методические основы ситуационного анализа	8	2	2	-	4
4	Стратегический портфельный анализ	8	2	2	-	4
5	Стратегический анализ конкурентов	12	4	2	-	6
6	Стратегический анализ рынка	10	2	2	-	6
7	Стратегический анализ микроокружения	13,8	4	4	-	5,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	67,8	18	16	-	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (на 4 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы стратегического анализа		1	2	-	4
2	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа		1	4	-	6
3	Методические основы ситуационного анализа		2	4	-	4
4	Стратегический портфельный анализ		2	2	-	4
5	Стратегический анализ конкурентов		2	4	-	4
6	Стратегический анализ рынка		2	4	-	4
7	Стратегический анализ микроокружения		2	4	-	5,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	136	12	24	-	31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»

Б1.В. ДЭ.02.02 КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ В ОТРАСЛИ

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы.

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Изучить базовые категории понятийного аппарата теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков механизм функционирования денег и определить их роль в экономике государства.
- Определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить алгоритм и методическое обеспечение анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить порядок сбора и обработки информации об основных процессах, протекающих на товарных рынках.
- Освоить методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, изучить способы определения емкости товарного рынка.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Конкурентный анализ в отрасли» относится к элективным дисциплинам 2 (ДЭ.2) части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на четвертом курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Конкурентный анализ в отрасли» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Экономическая теория», «Организационное поведение», «Торгово-коммерческая деятельность», «Рыночные исследования и анализ данных», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Стратегии интернет-маркетинга» и др.

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 применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	Знает: - разнообразие методов исследований поведения конкурентов в сети интернет; - программы и сервисы исследования поведения конкурентов в цифровой среде;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; - инструменты стратегического анализа конкурентов; - способы, методы и правила поиска конкурентов в сети интернет.
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; - составлять отчеты по результатам проведенных исследований отраслевых конкурентов; - использовать методики анализа конкурентов в отрасли.
	<p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследование каналов коммуникации конкурентов и анализа их эффективности; - использования методов стратегического анализа конкурентов; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования конкурентов.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (на 4 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Конкуренция и конкурентоспособность в бизнес-среде	8	2	2	-	4
2	Конкурентоспособность и ее оценка	8	2	2	-	4
3	Система управления конкурентоспособностью предприятия	8	2	2	-	4
4	Конкурентная среда предприятия	8	2	2	-	4
5	Общие аналитические методы исследования отраслевой конкуренции	12	4	2	-	6
6	Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия	10	2	2	-	6
7	Конкурентная стратегия предприятия	13,8	4	4	-	5,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	67,8	18	16	-	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (на 4 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Конкуренция и конкурентоспособность в бизнес-среде		1	2	-	4
2	Конкурентоспособность и ее оценка		1	4	-	6
3	Система управления конкурентоспособностью предприятия		2	4	-	4
4	Конкурентная среда предприятия		2	2	-	4
5	Общие аналитические методы исследования отраслевой конкуренции		2	4	-	4
6	Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия		2	4	-	4
7	Конкурентная стратегия предприятия		2	4	-	5,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	136	12	24	-	31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«Б1.О.01 Философия»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: Общая цель настоящего курса заключается в формировании профессиональных, интеллектуально-творческих качеств студентов через развитие культуры их философского мышления. Основным средством ее достижения выступает приобщение к достижениям мировой философской науки, вершинам духовного творчества человечества. Актуальность данной цели обусловлена универсальностью философского предмета, составляющего основу методологической структуры частных научных дисциплин, необходимостью дальнейшей гуманитаризации системы российского образования, обращению ее к своим духовным традициям, среди которых философия занимает одно из главных мест.

Задачи дисциплины: 1) обучение студента принципам классического и современного философского мышления;

2) изучение историко-методологического наследия, классических и современных традиций философствования;

3) выработка навыков логико-категориального стиля мышления в области систематической философии;

4) освоение всеобщих философско-методологических принципов научного исследования.

Среди практических задач курс необходимо выделить следующие:

– способствовать формированию системного философско-методологического мышления;

– подготовить к усвоению новых философских идей и концепций;

– способствовать усвоению слушателями духа классической и современной философии как неотъемлемой части духовной истории человечества;

– сформировать умение ориентироваться в классических и современных философских парадигмах.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Философия» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

По содержанию курс тесно взаимосвязан со следующими дисциплинами учебного плана: история, основы социологии, правоведение, математика.

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
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать – философские концепции различных школ и направлений. Уметь – объяснять внутренние и внешние связи, причинно-следственные связи различных социальных явлений, учений. Владеть – навыками анализа научного текста, использования философской методологии в научных исследованиях.
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах	Знать - закономерности развития классической и современной философии; – основные парадигмы философской рациональности; - различные концепции философской методологии; - методологию философского познания, ее эволюцию. Уметь – раскрывать на примерах важнейшие теоретические положения и понятия философии;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	– осуществлять комплексный поиск, систематизацию и интерпретацию философской информации по определенной теме из оригинальных текстов.
	Владеть – навыками работы с информацией из различных источников для решения профессиональных задач.
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний	Знать – философско-мировоззренческие и концептуально-методологические основания современной науки; - основные направления философии и методологии научного познания, с учетом специфики стиля классического философского мышления.
	Уметь - оценивать различные суждения о социальных объектах с точки зрения философских и социально-гуманитарных наук; – объяснять: внутренние и внешние связи (причинно-следственные и функциональные) изученных философских парадигм.
	Владеть – основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Очная форма обучения (3 семестр)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в философию как систематическую науку	10	4	4		2
2.	Философская логика как общая методология научного знания	16	4	4		8
3.	Философия природы как логика и методология естественных наук	11,8	2	2		7,8
4.	Философия духа как логика и методология социально-гуманитарных наук	14	4	2		8
5.	История философии как завершение системы философского знания	16	4	4		8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>18</i>	<i>16</i>		<i>33,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор – Бойко Лариса Алексеевна, канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры философии

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: Сформировать у студентов целостное представление об историческом прошлом нашего Отечества в контексте всеобщей истории. Привить на основе полученных знаний профессиональные навыки и умения по применению их на практике. Развить общекультурные и профессиональные навыки в рамках компетенций в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования; сформировать у студентов комплексное представление о всеобщей истории и культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой цивилизации; сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

Задачи дисциплины:

Задачи дисциплины заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков личности:

- приобретение научных знаний об основных методологических концепциях изучения Истории;
- формирование представления об основных движущих силах исторического процесса, общественного развития, о главных событиях и явлениях во всеобщей истории и истории России, об их причинах и последствиях;
- приобщение студента к историческому наследию и формирование навыков практической деятельности в области образования, сфере управления и прогнозирования социальных и культурных процессов в мире в целом и России в частности;
- воспитание приятия многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;
- формирование способности на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- формирование творческого мышления, самостоятельности суждений, интереса к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.02 «История (история России, всеобщая история)» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

К последующим дисциплинам, для которых «История» является предшествующей в соответствии с учебным планом можно отнести такие дисциплины как Б1.О.01 Философия, Б1.О.13 Правоведение, Б1.О.19 Организационное поведение.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает: исторические процессы и явления в их социокультурных, политических, экономических

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<p>ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p> <p>ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>измерениях и их отражение в исторических источниках</p> <p>Умеет: анализировать историю России в контексте мирового исторического развития</p> <p>Владеет: навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний</p>
	<p>Знает: исторические процессы и явления в их социокультурных, политических, экономических измерениях и их отражение в исторических источниках</p> <p>Умеет: анализировать историю России в контексте мирового исторического развития</p>
	<p>Владеет: навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
 Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в изучение Истории. Становление первых цивилизаций Древнего мира	4	2			2
2.	Мир в период Средних веков и раннего Нового времени: развитие Запада и Востока в V–XVI вв.	4.8	2	2		0.8
3.	Периодизация истории России. Восточные славяне. Киевская Русь в контексте европейской истории.	4	2			2
4.	Расцвет Киевской Руси. Начало феодальной раздробленности. Русь во второй половине X- первой половине XIIвв.	6	2	2		2
5.	Запад и Восток в период раннего нового времени (конец XVI – XVII в.)	4	2			2
6.	Русские земли в XIII-XV веках и европейское средневековье. Особенности становления государственности в России и мире. Московское централизованное государство.	8	2	2		4
7.	Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации.	4	2			2
8.	Развитие всемирной истории в XVIII–начале XX вв.	6	2	2		2
9.	Российская империя в XVIII веке: модернизация и европеизация политической и социально-экономической жизни.	6	2			4
10.	Российская империя в XIX веке: попытки модернизации. Особенности мирового развития в XIX в.	6	2			4
11.	Становление российского капитализма: промышленный переворот. Реформы и революция 1905 г. Первая русская революция (1905-1907гг.).	6	2	2		2
12.	Мировое сообщество в Новейшее время	6	2	2		2
13.	I Мировая война в контексте мировой истории и общенациональный кризис в России. Революции 1917 г. Становление советского государства.	6	2			4
14.	Советское государство в 1920-е в 1930-е годы. Индустриализация. Коллективизация.	6	2			4
15.	Мир и СССР накануне и в годы Второй мировой войны. Великая Отечественная война.	8	2	2		4
16.	Период послевоенного восстановления. Политическое и социально-экономическое развитие мирового сообщества и СССР во II пол. 1950-х – 1985 гг.	6	2	2		4
17.	«Перестройка» и распад СССР. Постсоветская Россия. Россия и мир в конце XX века.	6	2	2		2
18.	Россия и мир в XXI веке.	2	2			2
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>			36	18		48.8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0.2				
Подготовка к текущему контролю						
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Автор М.В. Подхомутникова, старший преподаватель кафедры истории России, канд.полит.наук

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.О.03 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» (ОФО) (1, 2 курс)»

Объем трудоемкости: 10 зач.ед.

Цель дисциплины: формирование иноязычной коммуникативной компетенции учащихся, включающей усвоение и соблюдение ими норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации изучаемого языка, а также их умение применить данные знания в ситуации реальной деловой коммуникации на иностранном языке.

Задачи дисциплины: основными задачами обучения по данной дисциплине, в соответствии с поставленной целью, являются расширение знаний бакалавров о нормах и требованиях к устной и письменной деловой коммуникации, принятых в стране изучаемого языка; развитие умения бакалавров применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации; развитие способности бакалавров к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Б1.О.03 Иностранный язык» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Изучению дисциплины предшествует изучение курса «Иностранный язык (английский)» в объеме школьной программы.

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
УК-4: способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	
ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.
	Умеет применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации
	Владеет способностью к порождению устной и письменной деловой коммуникации с учетом соблюдения норм и требований, принятых в стране(ах) изучаемого языка.
ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	Знает языковые средства (грамматические, лексические) необходимые для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.
	Умеет использовать языковые средства для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.
	Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

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	
Семестр 1						

1.	Companies	26	-	-	8	18
2.	Contacts	26	-	-	8	18
3.	Visitors	27.8	-	-	9	18.8
4.	New Products	28	-	-	9	19
	Семестр 2					
5.	Employment	17.8	-	-	9	8.8
6.	Customer Service	18	-	-	9	9
7.	Travel	18	-	-	9	9
8.	Orders	18	-	-	9	9
	Семестр 3					
9.	Selling	17	-	-	8	9
10.	New Ideas	17	-	-	8	9
11.	Entertaining	17.8	-	-	8	9.8
12.	Performance	20	-	-	10	10
	Семестр 4					
13.	Future trends	19	-	-	8	11
14.	Time	19	-	-	8	11
15.	Training	21	-	-	10	11
16.	Your career	22	-	-	10	12
	ИТОГО по разделам дисциплины	332.4			140	192.4
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0.9	-	-	-	-
	Подготовка к промежуточному контролю	26.7	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	360			140	192.4

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен.

Автор РПД

Лазарева М.Б.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.04 «Безопасность жизнедеятельности»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы.

Цель дисциплины: Основными целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются: формирование компетенций в области безопасности жизнедеятельности, развитие ноксологической культуры, под которой понимается готовность и способность личности использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере повседневной и профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Задачи дисциплины:

- приобретение понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижение антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
- формирование:
 - культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве приоритетов жизнедеятельности человека;
 - культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
 - готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
 - мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры профессиональной безопасности;
 - способностей для обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.04 «Безопасность жизнедеятельности» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	
ИУК-8.1. Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций.	Знает <ul style="list-style-type: none">- основные опасности, их свойства и характеристики, характер и последствия воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду;- принципы, методы и средства защиты от опасностей применительно к сфере повседневной жизни и в профессиональной деятельности;- понятийно-терминологический аппарат, основные законодательные и нормативно-правовые акты в области обеспечения безопасности;- мероприятия по защите человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций и основные способы ликвидации их последствий.

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации; - выбирать методы, принципы и средства защиты от опасностей в повседневной жизни и в профессиональной деятельности; - выбирать способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности. <p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовым понятийно-терминологическим аппаратом, основными законодательными и правовыми актами в области обеспечения безопасности, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; - навыками анализа и рационализации в повседневной жизни и в профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности; - методами прогнозирования, способами и технологиями защиты в опасных и чрезвычайных ситуациях.
ИУК-8.2. Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему.	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - алгоритмы и приемы оказания первой помощи пострадавшим. <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы оказания первой помощи пострадавшему. <p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными приемами оказания первой помощи пострадавшему.

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.	Теоретические основы безопасности жизнедеятельности	9	2	2	-	5
2.	Идентификация и воздействие на человека негативных факторов среды, их источники и нормирование.	9	2	2	-	5
3.	Защита человека и среды обитания от негативных факторов.	11	4	2	-	5
4.	Психофизиологические основы безопасности. Обеспечение комфортных условий жизнедеятельности человека.	13	4	4	-	5
5.	Чрезвычайные ситуации и методы защиты при их возникновении.	8	2	2	-	4
6.	Оказание первой помощи пострадавшим.	10	2	4	-	4
7.	Управление безопасностью жизнедеятельности.	7,8	2	2	-	3,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	67,8	18	18	-	31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	-	-	-	-

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Авторы

Порожный М.В.

Козмай А.Э.

Гиль В.В.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

« Б1.О.5 Физическая культура и спорт »

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: Формирование физической культуры студента как системного, интегративного качества личности и способности целенаправленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование биологических, психолого-педагогических и методико-практических основ физической культуры, спорта и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре и спорту, 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;
- формирование умения научного, творческого и методически обоснованного использования средств физической культуры и спорта в профессиональной деятельности и повседневной жизни.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина « Физическая культура и спорт » относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

К перечню последующих дисциплин, необходимых для ее изучения относится дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту», которая относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины по выбору" учебного плана.

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
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
ИУК-7.1. Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний.	Знает: научно - практические основы физической культуры, спорта, здорового образа жизни и оздоровительных систем физического воспитания
	Умеет: рационально использовать знания в области физической культуры и спорта для профессионально – личностного развития, физического самосовершенствования, укрепления здоровья и профилактики профессиональных заболеваний.
	Владеет: знаниями и умениями в области физической культуры и спорта для успешной социальной и профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		очная
		1 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего):	23,2	23,2
занятия лекционного типа	16	16
лабораторные занятия	–	–
практические занятия	2	2
семинарские занятия	–	–
Иная контактная работа:	–	–
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	48,8	48,8
Реферат/эссе (подготовка)		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам)	40	40
Подготовка к текущему контролю	3,8	3,8
Контроль:		
Подготовка к экзамену		
Общая трудоемкость	72	72
час.		
в том числе контактная работа	23,2	23,2
зач. ед	2	2

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Авторы: ст. преподаватель И.В. Решетников

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.О.06 «Компьютерный практикум»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы.

Цель изучения дисциплины

Формирование системы понятий, знаний и умений в области современного курса информатики, ее приложениях в экономике, достижений в области технических и программных средств, содействие становлению профессиональной компетентности студентов через использование современных методов и средств обработки информации при решении экономических задач

Задачи дисциплины:

- раскрыть обучающимся теоретические и практические основы знаний в области экономической информатики и ее приложений;
- показать студентам возможности современных технических и программных средств для профессионального решения задач;
- сформировать у студентов практические навыки работы с информацией при обработке ее на персональном компьютере в наиболее распространенных программных средах;
- развить навыки информационной культуры будущего бакалавра, необходимые для дальнейшего самообучения в условиях непрерывного развития и совершенствования информационных технологий.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Компьютерный практикум» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе очной формы обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплины, необходимые для освоения данной дисциплины.

Слушатели должны владеть математическими знаниями в рамках программы средней школы. Курс «Компьютерный практикум» является одним из фундаментальных курсов при получении высшего образования в сфере технических и экономических наук. Знания, полученные в этом курсе, используются при изучении дисциплин: «Дискретная математика и математическая логика», «Системный анализ, оптимизация и принятие решений», «Экономико-математические методы и модели», «Моделирование систем», «Финансовый менеджмент».

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
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	
ИОПК-5.1. Применяет базовые компьютерные и программные средства для решения профессиональных задач	Обладает базовыми знаниями в области современных информационных технологий (классификация, функциональные возможности, пути развития)
	Знает методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов и анализа данных
	Умеет работать со специализированным программным обеспечением для сбора информации и инструментарием прогнозирования в менеджменте
	Умеет использовать программное обеспечение для ведения учета, систематизации и анализа данных, составления баз данных, ведения документооборота, справочно-поисковые, справочно-правовые системы, ресурсы сети Интернет, а также аппаратную составляющую персонального компьютера
	Умеет работать с современными базами данных, системами управления базами данных (СУБД) и экономическими информационными системами
	Применяет имеющиеся знания для обеспечения информационной безопасности экономических информационных систем, программного и аппаратного обеспечения
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
ИОПК-6.2. Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач	Демонстрирует базовые знания архитектуры современных экономических информационных систем, прикладного и системного программного обеспечения
	Знает принципы использования современных операционных систем (ОС), в том числе альтернативных (свободных и российских ОС)
	Владеет навыками работы в современных операционных системах, в том числе альтернативных
	Владеет навыками работы с современным прикладным программным обеспечением, в том числе свободным и российским

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре (для студентов очной формы)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		1
Контактная работа, в том числе:	58,2	58,2
Аудиторные занятия (всего):	52	52
Занятия лекционного типа	18	18

Лабораторные занятия		34	34
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)			
Иная контактная работа:		6,2	6,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6	6
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		49,8	49,8
Самостоятельная работа		49,8	49,8
Контроль:			
Подготовка к экзамену			
Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	58,2	58,2
	зач. ед	3	3

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре (*для студентов очно-заочной формы*)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		1
Контактная работа, в том числе:	30,2	30,2
Аудиторные занятия (всего):	24	24
Занятия лекционного типа	12	12
Лабораторные занятия	12	12
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		
Иная контактная работа:	6,2	6,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	77,8	77,8
Самостоятельная работа	77,8	77,8
Контроль:		
Подготовка к экзамену		
Общая трудоемкость	час.	108
	в том числе контактная работа	30,2
	зач. ед	3

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор доцент Назарова О.В.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.07 «Мировая экономика и международная торговля»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний об основных направлениях экономических категорий теории международной торговли, закономерностях и тенденциях, формирующихся на мировых рынках и особенностях их проявления при выходе на них различных субъектов мирового хозяйства.

1.2 Задачи дисциплины

В ходе изучения дисциплины «Мировая экономика и международная торговля» необходимо поставить и решить следующие **задачи**:

- рассмотрение теоретических основ международной торговли;
- выявление особенностей современной динамики территориальной и товарной структуры международной торговли;
- изучение сущности товарной биржи;
- анализ особенностей международной торговли услугами;
- изучение сущности мировых цен;
- выявление особенностей внешнеторговой политики государства;
- изучение структуры, функций и особенностей международных торговых организаций
- определение места России в системе мирового хозяйства;

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мировая экономика и международная торговля» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной, очно-заочной и на заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Курс опирается на базовые знания дисциплины «Торгово-коммерческая деятельность» и в свою очередь дает знания и умения, которые являются необходимыми для усвоения последующих дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Маркетинг в международной торговле», «Финансовая грамотность».

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
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	
ИОПК-3.1. Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне	Знает: – основные закономерности, формы и принципы функционирования субъектов на макро- и внешнеэкономическом уровне – инструменты государственного регулирования внешнеторговых процессов.
	Умеет: – находить и использовать информацию для ориентирования в сложившейся ситуации на мировых рынках; – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций международной торговли.
	Трудовое действие: – владеет методами и приемами анализа

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	экономических явлений и процессов с помощью основных теорий мировой экономики применительно к международной торговле.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Тема 1. Мировая экономика как система	6	2	-		4
2.	Тема 2. Современная типология национальных экономик	12	4	2		6
3.	Тема 3. Международная торговля товарами и услугами: основные этапы развития, структура, особенности ценообразования и конкуренции	12	4	2		6
4.	Тема 4. Понятие и основные направления внешнеэкономических связей. Торговая политика, протекционизм и либерализм	12	4	2		6
5.	Тема 5. Процессы международного движения капитал	12	4	2		6
6.	Тема 6. Мировая валютная система и валютные рынки	12	4	2		6
7.	Глава 7. Мировой рынок труда и международная трудовая миграция	12	4	2		6
8.	Глава 8. Интеграционные процессы в мировой экономике: модели и тенденции развития	12	4	2		6
9.	Глава 9. Коллективное управление международным сотрудничеством	12	4	2		6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102	34	16		52
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (курсе) (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Тема 1. Мировая экономика как система	8	2	-		6
2.	Тема 2. Современная типология национальных экономик	9	2	1		6
3.	Тема 3. Международная торговля товарами и услугами: основные этапы развития, структура, особенности ценообразования и конкуренции	14	4	1		9
4.	Тема 4. Понятие и основные направления внешнеэкономических связей. Торговая политика, протекционизм и либерализм	13	2	2		9
5.	Тема 5. Процессы международного движения капитала	10	2	2		6
6.	Тема 6. Мировая валютная система и валютные рынки	11	2	1		8

7.	Глава 7. Мировой рынок труда и международная трудовая миграция	11	2	1		8
8.	Глава 8. Интеграционные процессы в мировой экономике: модели и тенденции развития	12	4	2		6
9.	Глава 9. Коллективное управление международным сотрудничеством	14	4	2		8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	112	24	12		66
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине					

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры мировой экономики и менеджмента

Поддубная М.Н.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.О.08 «Математика»

Объем трудоемкости: 12 зачетных единиц

Цель изучения дисциплины

– освоение студентами фундаментальных понятий математики, которые лежат в основе количественных методов системного анализа процессов управления; знакомство студентов с основными понятиями некоторых разделов высшей математики (математический анализ, линейная алгебра, аналитическая геометрия, теория вероятностей и математическая статистика), необходимыми для решения теоретических и практических задач экономики, развитие навыков самостоятельной работы с литературой; развитие абстрактного мышления и умения строго излагать свои мысли; подготовка студентов к практическому применению полученных знаний.

Задачи дисциплины:

для решения теоретических и практических задач управления и экономики

- 1) привить студенту определенную математическую грамотность, достаточную для самостоятельной работы с экономико-математической литературой;
- 2) научить владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- 3) научить применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;

обучить студента классическим методам решения основных математических задач, к которым могут приводить те или иные экономические проблемы, методам статистики, использующим результаты теории вероятностей, основным методам оптимизации и их использованию для решения различных экономических задач, а также научить анализировать математические модели организационных систем и проводить их адаптацию к конкретным задачам управления.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Математика» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплины, необходимые для освоения данной дисциплины.

Слушатели курса «Математика» должны владеть математическими знаниями в рамках программы средней школы, а предшествующей дисциплиной, необходимой для ее изучения является «Компьютерный практикум». Дисциплина «Математика» является предшествующей для таких дисциплин, как: «Финансовая грамотность», «Статистика», «Финансы коммерческого предприятия»

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
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	
ИОПК-2.1. Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и	Знает возможности использования математических методов и математического инструментария для обработки и анализа данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности Умеет использовать математический инструментарий и

тактических задач в сфере профессиональной деятельности	современные интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач; анализировать и отбирать количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений сфере профессиональной деятельности
	Владеет методами обработки полученных данных с помощью методов математической статистики; основными навыками обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности на основе базового математического инструментария

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1-3 семестре (для студентов очной формы)

№ раздела	Наименование разделов (темы)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	<i>Раздел 1. Линейная алгебра (1 семестр)</i> Матрицы. Основные понятия. Действия над матрицами. Определители и их свойства. невырожденные и обратные матрицы. Ранг матрицы.	11	4	4		3
2.	Системы линейных уравнений. Методы решений систем линейных уравнений: матричным методом, по формулам Крамера, методом Гаусса, методом Жордана-Гаусса. Теорема Кронекера-Капелли.	11	4	4		3
3.	Экономические приложения. Модель Леонтьева многоотраслевой экономики (балансовый анализ)	12	4	4		4
4.	Векторы. Линейные операции над векторами. Проекция вектора на ось. Разложение вектора по ортам координатных осей. Скалярное, векторное и смешанное произведения векторов.	12	4	4		4
5.	Системы координат на плоскости. Преобразование системы координат.	8	2	2		4
6.	Линии на плоскости. Различные уравнения прямых. Условия параллельности и перпендикулярности прямых. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола.	12	4	4		4
7.	Прямая и плоскость в пространстве. Поверхности второго порядка.	12	4	4		4
8.	Линейное пространство. Линейные операторы.	13	4	4		5
9.	Комплексные числа.	13	4	4		5
			34	34		36
10.	<i>Раздел 2. Математический анализ (2 семестр)</i> Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций	11	4	4		3
11.	Предел числовой последовательности. Предел функции.	12	4	4		4
12.	Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций.	8	2	2		4
13.	Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Производные функции высших порядков.	16	6	6		4
14.	Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных.	13	4	4		4

15.	Интегральное исчисление. Первообразная и неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования.	20	8	8		4
16.	Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы.	12	4	4		4
17.	Дифференциальные уравнения первого порядка: с разделяющимися переменными; линейные уравнения, уравнения Бернулли.	13	4	4		5
			36	36		32
18.	<i>Раздел 3. Теория вероятностей и математическая статистика (3 семестр)</i> Основные понятия и определения теории вероятностей. Основные теоремы теории вероятностей (формулы). Формула полной вероятности.	15	2	6		7
19.	Функции распределения СВ. Биномиальное распределение. Равномерное распределение. Показательное распределение. Нормальный (гауссов) закон распределения. Мода и медиана, асимметрия и эксцесс. Закон больших чисел	15	2	6		7
20.	Основы статистического описания. Гистограмма и полигон частот.	8	2	2		4
21.	Вариационные ряды. Выборочные характеристики. Асимптотические свойства выборочных моментов. Точечные оценки. Методы получения точечных оценок. Неравенство Рао-Крамера. Интервальные оценки.	11	2	4		5
22.	Доверительные интервалы и области. Коэффициент доверия. Интервальные оценки для параметров нормального, биномиального и пуассоновского распределений. Критерий Стьюдента.	13	2	4		7
23.	Статистическая проверка гипотез. Критерии значимости, основанные на интервальных оценках. Простые и сложные гипотезы. Критерий согласия Пирсона.	12	2	4		6
24.	Корреляционно-регрессионный анализ. Кривые регрессии. Коэффициенты корреляции. Выборочные характеристики связи. Эмпирическое корреляционное отношение. Оценка достоверности коэффициентов связи.	8	2	2		4
25.	Метод наименьших квадратов. Применение статистических исследований в менеджменте. Основные области приложения структурно-вероятностной модели.	10	2	2		6
26.	Факторный анализ. Дисперсионный анализ. Однофакторный дисперсионный анализ. Понятие о двухфакторном дисперсионном анализе.	12	2	4		6
			18	34		52
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		88	104		120
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					12
	Промежуточная аттестация (ИКР)					0,9
	Подготовка к текущему контролю					107,1
	Общая трудоемкость по дисциплине					432

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1-3 семестре (для студентов очно-заочной формы)

№ раздела	Наименование разделов (темы)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

1.	<i>Раздел 1. Линейная алгебра (1 семестр)</i> Матрицы. Основные понятия. Действия над матрицами. Определители и их свойства. Невырожденные и обратные матрицы. Ранг матрицы.	18	2	4		12
2.	Системы линейных уравнений. Методы решений систем линейных уравнений.	18	2	4		12
3.	Экономические приложения. Модель Леонтьева многоотраслевой экономики (балансовый анализ)	16	2	4		10
4.	Векторы. Линейные операции над векторами. Проекция вектора на ось. Разложение вектора по ортам координатных осей. Скалярное, векторное и смешанное произведения векторов.	18	2	4		12
5.	Линии на плоскости. Различные уравнения прямых. Условия параллельности и перпендикулярности прямых. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола.	18	2	4		12
6.	Прямая и плоскость в пространстве.	16	2	4		10
			12	24		68
7.	<i>Раздел 2. Математический анализ (2 семестр)</i> Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций	18	2	4		12
8.	Предел числовой последовательности. Предел функции.	18	2	4		12
9.	Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций.	16	2	4		10
10.	Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Производные функции высших порядков.	18	2	4		12
11.	Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных.	18	2	4		12
12.	Интегральное исчисление. Методы интегрирования. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы.	16	2	4		10
			12	24		68
13.	<i>Раздел 3. Теория вероятностей и математическая статистика (3 семестр)</i> Основные понятия и определения теории вероятностей. Основные теоремы теории вероятностей (формулы). Формула полной вероятности.	16	2	4		10
14.	Функции распределения СВ. Биномиальное распределение. Равномерное распределение. Показательное распределение. Нормальный (гауссов) закон распределения. Мода и медиана, асимметрия и эксцесс. Закон больших чисел	18	2	4		12
15.	Основы статистического описания. Гистограмма и полигон частот.	16	2	4		10
16.	Статистическая проверка гипотез. Критерии значимости, основанные на интервальных оценках. Простые и сложные гипотезы. Критерий согласия Пирсона.	18	2	4		12
17.	Корреляционно-регрессионный анализ. Кривые регрессии. Коэффициенты корреляции. Выборочные характеристики связи. Эмпирическое корреляционное отношение. Оценка достоверности коэффициентов связи.	18	2	4		12
18.	Метод наименьших квадратов. Применение статистических исследований в менеджменте. Основные области приложения структурно-вероятностной модели.	18	2	4		12
			12	24		68
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		36	72		204
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					12
	Промежуточная аттестация (ИКР)					0,9
	Подготовка к текущему контролю					107,1

	Общая трудоемкость по дисциплине						432
--	----------------------------------	--	--	--	--	--	------------

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор: к.п.н., доцент Мороз О.В.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.О.09 ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 9 зачетных единиц

Цель дисциплины: сформировать у студентов понимание научно обоснованных категорий экономической теории, экономических закономерностей и особенности развития экономики; тип экономического мышления и экономической культуры, адекватно отражающий требования к современным специалистам в области экономики.

Задачи дисциплины

- изучение в определенной последовательности основных понятий, системы знаний о становлении, развитии и перспективах общественного производства, закономерностях функционирования различных форм хозяйствования в условиях многообразия форм собственности;
- освоение фундаментальных принципов развития микроэкономики и макроэкономики;
- формирование у студентов осознанного интереса к современному цивилизованному бизнесу, имеющему не только высокий производственно-хозяйственный риск, но и особую престижность в общественном сознании;
- оказание помощи студентам в формировании навыков и установок на активный самостоятельный поиск эффективных решений при решении задач прикладного характера в профессиональной деятельности;
- ориентация на выработку у студентов собственной позиции по отношению к мировоззренческим проблемам, формирование толерантности, аналитического подхода к различным ситуациям.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки бакалавров направления «ТОРГОВОЕ ДЕЛО».

Дисциплина «ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ» предусматривает использование знаний бакалавров, полученных в ходе изучения ими следующих дисциплин: «Мировая экономика и международная торговля», «Торгово-коммерческая деятельность», «Финансовая грамотность», а также при написании курсовых и квалификационных работ

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
ОПК-1 Способен применять знания экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-технологической и административно-управленческих сферах	
ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере	<i>Знать:</i> – особенности, тенденции, динамику развития основных форм экономических связей, закономерностей и рыночных отношений при анализе хозяйственной деятельности <i>Уметь:</i> – применять основные экономические знания для исследования экономических закономерностей,

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	явлений и процессов, а также при решении задач прикладного характера <i>Владеть:</i> – основными экономическими понятиями и категориями; – основными современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 и 2 семестрах (1 курс) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в экономическую теорию	13	4	4	-	5
2.	Потребности и блага	18	6	6	-	6
3.	Ограниченность ресурсов и экономический выбор	12	4	4	-	4
4.	Факторы производства и факторные доходы	18	6	6	-	6
5.	Экономический кругооборот	12	4	4	-	4
6.	Экономические системы	18	6	6	-	6
7.	Собственность.	13	4	4	-	5
8.	Механизм рынка	18	6	6	-	6
9.	Конкуренция и монополия	18	6	6	-	6
10.	Товар как инструменты рыночной экономики	12	4	4	-	4
11.	Деньги как инструмент рынка	12	4	4	-	4
12.	Предпринимательская деятельность	18	6	6	-	6
13.	Капитал	18	6	6	-	6
14.	Эффекты в экономике	12	4	4	-	4
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		245	70	70	-	105
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	16	-	16	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,6	-	0,6	-	-
	Подготовка к текущему контролю	62,4	-	62,4	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	324	-	-	-	-

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовая работа: предусмотрена во 2 семестре.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Кузнецова Е.Л., канд. экон. наук, доцент

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.10 Русский язык и основы деловых коммуникаций

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 34.2 часа аудиторной нагрузки: лекций 18 ч., практических 16 ч.; 33,8 часов самостоятельной работы, 0,2 ИКР).

Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины (модуля) «**Русский язык и основы деловых коммуникаций**» является получение студентами необходимых знаний о структуре, закономерностях функционирования, стилистических ресурсах русского языка; развитие навыков коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

В рамках этой дисциплины предполагается:

- овладение способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- формирование и развитие коммуникативной компетенции бакалавра в сфере науки, новых технологий, делового и профессионального общения в устной и письменной формах;
- повышение уровня речевой культуры;
- расширение общегуманитарного кругозора.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Русский язык и основы деловой коммуникации» изучается в базовой части блока дисциплин (Б1). Для освоения дисциплины «Русский язык и основы деловой коммуникации» студенты должны знать историю русского языка, иметь представление о его богатстве, ресурсах, структуре, формах реализации, владеть навыками письменной и устной речи.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Русский язык и основы деловой коммуникации» являются необходимыми для подготовки бакалавра и его дальнейшей профессиональной деятельности. Будущий экономист должен правильно общаться с работодателями, коллегами, клиентами, органами власти, читать законы и инструкции, приказы и предвыборные листовки, получать и формировать другие разнообразные сообщения. Умение выражать собственные мысли убедительно, доступно, ярко, располагая к себе собеседника, с одной стороны, и умение точно оценить образовательный уровень и социальный статус собеседника по его речи – с другой, являются важными навыками для любого специалиста. Неясное представление о правилах использования языка в различных сферах, незнание жанровых особенностей деловой документации, неразличение норм устной и письменной речи свидетельствуют о низкой речевой культуре, затрудняют взаимопонимание и становятся причиной профессиональных неудач. Студент должен быть знаком с основами речевой культуры (нормативный, коммуникативный, этический аспекты), с различными нормами литературного языка (орфоэпическими, акцентологическими, словообразовательными, лексическими, грамматическими, синтаксическими) и

его вариантами. Изучение основ ораторского искусства позволит развить практические навыки общения в публичных сферах коммуникации, связанных с выполнением конкретных коммуникативных задач, сформировать навыки делового общения.

Требования к уровню освоения дисциплины

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ИУК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	<i>Знает</i> о функционировании языка, о лингвистике как науке и ее основных понятиях; особенности культуры мышления, способности обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения
	<i>Умеет</i> получать информацию из различных источников, анализировать и обобщать ее, выражать аргументированно обосновывать собственную точку зрения; формулировать и последовательно решать проблемы
	<i>Владеет</i> алгоритмами последовательного, доказательного мышления, культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
УК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.	<i>Знает</i> особенности аргументированного построения устной письменной речи и роль филологии в решении мировоззренческих и методологических проблем
	<i>Умеет</i> формировать индивидуальные алгоритмы деятельности в достижении поставленных целей и особенности аргументированного построения устной и письменной речи
	<i>Владеет</i> приемами работы с источниками социогуманитарного знания и особенностям и аргументированного построения устной и письменной речи

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Русский литературный язык. Структура национального языка. Русский язык в современном мире.	14,8	4	2		8,8
2.	Норма как важнейшая характеристика литературного языка.	18	6	2		10
3.	Функциональные стили русского языка.	14	2	4		5
4.	Деловое общение	12	2	4		5
5.	Ораторская речь	14	4	4		5
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>						

	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	18	6		33,8

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор Л.Ю. Костина

Б1.О.11 ТОРГОВО-КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц.

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов представление о торгово-коммерческой деятельности предприятий и организаций, направленной на доведение до потребителей материальных благ. Коммерческая деятельность охватывает движение товара от производителя, импортера через различного рода оптовые, сбытовые организации, посредников и т. д. к потребителю. Участниками торговой деятельности являются все организации, изготавливающие для реализации или участвующие в продвижении товара/услуги покупателям с целью удовлетворения спроса.

В условиях рынка появилась потребность в коммерческих работниках нового типа – инициативных, самостоятельных в принятии решений, предприимчивых, способных идти на оправданный риск. Без этих качеств нельзя успешно вести коммерческую работу. Кроме вышеперечисленных качеств необходимы и знания основ коммерческой деятельности в целом, так и овладение знаниями в сфере электронной коммерции.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Овладеть знаниями о коммерческой деятельности;
- Изучить сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле;
- Понять роль торговли в обращении товаров и услуг и в целом прикладное значение коммерческой деятельности;
- Предоставить характеристики товаров и услуг как объектов коммерческой деятельности;
- Изучить виды субъектов торговой деятельности и факторы, определяющие развитие торгово-коммерческой деятельности;
- Сформировать представление о коммерческой деятельности;
- Сформировать знания и навыки в сфере электронной коммерции.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торгово-коммерческая деятельность» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на первом курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Торгово-коммерческая деятельность» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Экономическая теория», «Основы бизнеса», «Малое предпринимательство», «Социальная психология и психология бизнеса». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Теоретические основы товароведения», «Математика», «Правоведение», «Мировая экономика». В свою очередь дисциплина «Коммерческая деятельность» является базой для изучения таких дисциплин как «Поведение потребителей», «Экономика организаций», «Маркетинг» и «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

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
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах.	
ИОПК-1.2. Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы предпринимательской деятельности; - сущность и значение торгово-коммерческой деятельности; - организационные принципы построения торгового предприятия; - основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы торгово-коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий; - виды, типы функции торговых предприятий и сущность управления торгово-технологическим процессом; - организацию труда и управление персоналом в коммерческом предприятии; - основные экономические показатели при оценке результатов деятельности коммерческой организации; - принципы управления торгово-технологическим процессом; - особенности организации торгово-технологического процесса в зависимости от формата торговли (онлайн и оффлайн среде); - принципы управления и администрирования коммерческой деятельности организации.
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать и анализировать финансовые возможности предприятия; - применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели для оценки эффективности деятельности; - ориентироваться в вопросах управления торгово-коммерческого предприятия; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; - применять методы сбора, хранения, обработки информации для организации и управления коммерческой деятельностью; - ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать их сущность и причины проявлений в коммерческой деятельности коммерческого предприятия.
	<p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологическим аппаратом для понимания теоретических основ торгово-коммерческой деятельности; - теоретическими основами экономической науки, пониманием значения экономических показателей для определения эффективной деятельности; - методами обработки и анализа информации; - принципами обеспечения информационной безопасности коммерческого предприятия; - умением воспринимать сущностные основы, принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов.	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-3.2. Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономические показатели деятельности торгового-коммерческого предприятия; - общую теорию статистики, статистические методы анализа коммерческой деятельности, складских запасов и товарооборота; - методы анализа и оценки эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия); - принципы формирования услуги в торгового-коммерческой деятельности; - сущность организации каналов распределения в цепочке продвижения товара к потребителю посредством взаимодействия с внутренними исполнителями и внешними партнерами.
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия; - применять методы обработки и анализа информации МИС для управления коммерческой деятельностью торгового предприятия; - применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности; - анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка; - анализировать эффективность организации технологических процессов на коммерческом предприятии; - анализировать систему внутренней коммуникации между сотрудниками торгового-коммерческого предприятия.
	<p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами стратегического анализа эффективности деятельности торгового предприятия; - умением применять принципы и методы менеджмента торговым предприятием в профессиональной деятельности; - умением найти, получить и проанализировать коммерческую информацию, необходимую для выявления реального положения системы организации торговой деятельности коммерческого предприятия; - навыками презентации проведенного анализа торгового-коммерческой деятельности и разработки предложений по улучшению хозяйственной ситуации на предприятии.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (на 1 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауди- торная ра- бота
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Теоретические основы торгово-коммерческой деятельности предприятия	10	2	2	-	6
2	Коммерческое предприятие: факторы внешней среды, определяющие развитие компаний	10	2	2	-	6
3	Организация управления торгово-коммерческой деятельностью предприятия	10	2	2	-	6
4	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности торговой организации.	10	2	2	-	6
5	Закупки и поставки товаров в деятельности торгового предприятия	14	4	4	-	6
6	Основы организации коммерческой деятельности на торговом предприятии	20	4	4	-	12
7	Коммерческая деятельность в торгово-посреднических структурах	10	2	2	-	6
8	Электронная коммерция: характеристики и особенности организации коммерческой деятельности в цифровой среде	20	4	8	-	8
9	Электронные платежные системы: инструменты, виды, характеристики	10	4	2	-	4
10	Информационная безопасность в цифровой среде	8	4	2	-	2
11	Анализ и оценка торгово-коммерческой деятельности торгового предприятия	14	4	4	-	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	136	34	34	-	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	180			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (на 1 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Теоретические основы торгово-коммерческой деятельности предприятия	10	2	2	-	6
2	Коммерческое предприятие: факторы внешней среды, определяющие развитие компаний	12	2	2	-	8
3	Организация управления торгово-коммерческой деятельностью предприятия	10	2	2	-	6
4	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности торговой организации.	12	2	2	-	8
5	Закупки и поставки товаров в деятельности торгового предприятия	12	2	2	-	8
6	Основы организации коммерческой деятельности на торговом предприятии	20	4	4	-	12
7	Коммерческая деятельность в торгово-посреднических структурах	10	2	2	-	6
8	Электронная коммерция: характеристики и особенности организации коммерческой деятельности в цифровой среде	16	2	2	-	12
9	Электронные платежные системы: инструменты, виды, характеристики	12	2	2	-	8
10	Информационная безопасность в цифровой среде	10	2	2	-	6
11	Анализ и оценка торгово-коммерческой деятельности торгового предприятия	12	2	2	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	136	24	24	-	88
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	180			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»

Аннотация к рабочей программы дисциплины
**«Б1.О.12 Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной
 деятельности»**
 (код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у студентов системы знаний и умений, теоретических и практических навыков в области теории и практики применения современных информационно-коммуникационных технологий в сфере будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и выработка навыков применения теоретических знаний для решения практических профессиональных задач;
- овладение инструментарием работы с современным программным обеспечением для практического освоения принципов и методов решения различных экономических и финансовых задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- формирование комплексных знаний об основных тенденциях развития информационно-коммуникационных технологий, связанных с изменениями условий в области их применения;
- формирование практических навыков применения современных информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен. Дисциплина формируется на основе изучения дисциплины «Компьютерный практикум». «Профессиональные компьютерные программы», «Основы системного анализа и принятия решений».

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
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	
ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	Знает теоретические основы построения и функционирования информационных технологий и систем
	Знает перспективные направления применения новых информационных технологий в профессиональной деятельности
	Умеет применять современные информационные технологии для решения задач в профессиональной области
	Умеет применять глобальные вычислительные сети для решения профессиональных задач
	Владеет навыками применения методов обработки экономической информации при решении различных профессиональных задач
	Владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности посредством современных VI-платформ
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает основы информационных технологий, применяемых в качестве инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей
	Знает основные методы обработки и анализа экономической информации (данных) в автоматизированных информационных системах и принципы их работы
	Умеет пользоваться современными общефункциональными прикладными программами в профессиональной деятельности, работать в среде специализированных программных средств, применяемых в профессиональной деятельности
	Умеет оценивать применимость и эффективность современного ИТ-инструментария для обработки экономической информации при решении профессиональных задач
	Умеет использовать знание основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности
	Владеет опытом практической деятельности в разработке и внедрении прикладного программного обеспечения в профессиональной деятельности
	Владеет перспективными методами исследования и решения профессиональных задач на основе знания мировых тенденций развития вычислительной техники и информационных технологий

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.	Современное состояние информационных технологий, их классификация и роль в экономике	9	2			7
2.	Автоматизированные информационные системы. Методы разработки и проектирования информационных систем	15	2		6	7
3.	Применение информационных технологий для решения управленческих задач. Информационные технологии поиска, хранения, обработки и анализа экономической информации	21	4		10	7
4.	Информационные технологии управления проектами	17	2		8	7
5.	Основные понятия бизнес-аналитики (Business Intelligence). Аналитическая обработка данных. Интеллектуальные технологии в экономике. Этапы развития систем искусственного интеллекта (СИИ).	21	4		10	7
6.	Сетевые информационные технологии. Применение WEB-технологий и интернет-ресурсов для управления бизнесом	11	2		2	7
7.	Информационная безопасность бизнеса	8	2			6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102	18		36	48
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				6
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3
	Подготовка к текущему контролю	35,7				35,7
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	18		36	90

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Васкевич Т.В.

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины « Правоведение» Б1.О.13

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: Формирование у бакалавров представлений о роли государства и права в жизни общества, прочное усвоение фундаментальных основ современной правовой науки, овладение базовыми теоретическими знаниями и практическими навыками в области правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

В качестве дополнительной цели изучения данной дисциплины можно назвать привитие студентам уважения к закону, понимания недопустимости его нарушения.

1. **Задачи дисциплины:** Донесение до студентов общеправового понятийного аппарата;
2. Формирование у учащихся представления о месте и роли отдельных отраслей права в системе российского права;
3. Выработка способностей к теоретическому анализу правовых ситуаций;
4. Развитие навыков ориентации в системе нормативных правовых актов, самостоятельной работы с учебными пособиями, научной литературой и материалами судебной практики;
5. Формирование способности к юридически грамотным действиям в условиях функционирования рыночных отношений;
6. Формирование способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.
7. Знать необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.
8. Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели.
9. Уметь применять наиболее оптимальные способы решения поставленных задач.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правоведение» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Курс дисциплины «Правоведение» занимает важное место в процессе воспитания правового сознания и правовой культуры обучающихся, позволяет приблизить теорию права к практике.

До изучения данной дисциплины обучающиеся должны иметь представления о государственно-правовых явлениях и процессах из курса основы социологии, история. Последующие, такие как: гражданское право, трудовое право и корпоративное право.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-2.1.Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач	Знает: необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.
	Умеет: определять круг задач в рамках поставленной цели.
	Владеет: оптимальными способами решения поставленных задач.
УК-11 способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	
ИУК-11.1.Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм	Знает: Права и обязанности человека и гражданина, основы законодательства РФ и правового поведения.
	Умеет: давать оценку событиям и ситуациям, оказывающим влияние на политику и общество, выстраивать свою жизненную позицию, основанную на гражданских ценностях и социальной ответственности.
	Владеет: способностью рефлексировать и конструктивно разрешать проблемные ситуации, связанные с нарушением гражданских прав, применением манипулятивных технологий формирования ложных и антиправовых действий.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.(очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Тема 1. Понятие, принципы и сущность права.	8	2	2		4
2.	Тема 2. Формы (источники) права.	8	2	2		4
3.	Тема 3. Правосознание и правовая культура.	8	2	2		4
4.	Тема 4. Правомерное поведение, правонарушение и юридическая ответственность.	8	2	2		4
5.	Тема 5. Основы конституционного права РФ.	8	2	2		4
6.	Тема 6. Основы гражданского права РФ.	8	2	2		4
7.	Тема 7. Основы семейного права РФ.	8	2	2		4
8.	Тема 8. Основы трудового права РФ	6	2	2		2
9.	Тема 9. Основы административного и уголовного права	5,8	2	2		1,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	67,8	18	18		31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	-				

Общая трудоемкость по дисциплине	72				
----------------------------------	----	--	--	--	--

Очно-заочная форма обучения

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	Тема 1. Понятие, принципы и сущность права.	12	2	2	-	8
	Тема 2. Формы (источники) права.	12	2	2	-	8
	Тема 3. Правосознание и правовая культура.	12	2	2	-	8
	Тема 4. Правомерное поведение, правонарушение и юридическая ответственность.	12	2	2	-	8
	Тема 5. Основы конституционного права РФ.	12	2	2	-	8
	Тема 6. Основы гражданского права РФ.	7,8	2	2	-	3,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>67,8</i>	<i>12</i>	<i>12</i>		<i>43,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор

К.ю.н., доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права

О.Г. Морозова

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.15 «Психология»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование общей и психологической культуры; целостного представления о психологических особенностях человека как факторов успешности его деятельности.

Задачи дисциплины: ознакомление с основными направлениями развития психологической науки; овладение понятийным аппаратом, описывающим познавательную, эмоционально-волевою, мотивационную и регуляторную сферы психического; проблемы личности, мышления, общения и деятельности, образования и саморазвития; приобретение опыта анализа профессиональных и учебных проблемных ситуаций, организации профессионального общения и взаимодействия, принятия индивидуальных и совместных решений развития деятельности; приобретение опыта учёта индивидуально-психологических и личностных особенностей людей, стилей их познавательной и профессиональной деятельности.

Дисциплина «Психология» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для освоения дисциплины «Психология» студенты должны овладеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретаемыми в процессе изучения таких дисциплин, как: «Русский язык и основы деловых коммуникаций» и др.

Изучение дисциплины «Психология» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Организационное поведение», «Маркетинг», «Менеджмент», «Основы системного анализа и принятия решений».

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 (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования	Знает основные категории и понятия психологической науки о саморазвитии и самообразовании Знает сущность личностных ресурсов, личностных достижений Умеет применять систему знаний о саморазвитии и самообразовании Умеет управлять личностными ресурсами, личностными достижениями Владеет понятийно-категориальным аппаратом психологической науки, инструментарием психологического анализа Владеет современными образовательными технологиям для самоорганизации и самообразования
ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы	Знает основные категории и понятия психологической науки о саморазвитии и самообразовании Знает сущность личностных ресурсов, личностных достижений Умеет применять систему знаний о саморазвитии и самообразовании Умеет управлять личностными ресурсами, личностными достижениями

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
	Владеет понятийно-категориальным аппаратом психологической науки, инструментарием психологического анализа Владеет современными образовательными технологиям для самоорганизации и самообразования
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	
ИУК-9.1. Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами	Знает базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах Знает процессы взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
	Умеет применять базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах Умеет применять методы взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
	Владеет базовыми дефектологическими знаниями в профессиональной и социальной сферах Владеет методами взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы психологии. Психология как наука и как практическая деятельность	5,8	1	1		3,8
2.	Способы приобретения психологических знаний	7	1	1		5
3.	Чувственное познание	7	1	1		5
4.	Рациональное познание	7	1	1		5
5.	Целостное и парциальное описание психологии человека	9	2	2		5
6.	Конституциональный уровень психики	9	2	2		5
7.	Ролевой уровень поведения и его отражение в психике	9	2	2		5
8.	Базовые дефектологические знания	7	1	1		5
9.	Формы организации учебной деятельности	7	1	1		5
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	12	12		43,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Ванян М.Н.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.16 «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: сформировать совокупность знаний, умений и навыков в области изучения основ финансовой сферы и культуры экономического мышления в области экономической и финансовой грамотности, необходимых для принятия решений, которые осложняются очень высокой сложностью и изменчивостью, использованием денег, высокой неопределенностью, разделением многих операций во времени, неравенством сторон в процессе взаимодействия с финансовыми институтами.

Задачи дисциплины:

Основной задачей изучения дисциплины «Финансовая грамотность» является реализация требований, установленных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12.08.2020 по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, к подготовке бакалавров по вопросам финансовой грамотности.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи:

- изучить основные финансовые понятия и основы поведения экономических агентов;
- изучить базовые принципы и условия функционирования экономики в различных областях жизнедеятельности;
- изучить виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения;
- приобрести навык использования инструментария для принятия обоснованного экономического решения на основе сравнительного анализа финансовых альтернатив;
- овладеть инструментарием для анализа информации в области управления финансами экономических агентов;
- получить навыки использования инструментов управления личными финансами для принятия обоснованного экономического решения;
- оценить информацию в области управления финансами экономических агентов, а также риски стать жертвой мошенничества.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансовая грамотность» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Финансовая грамотность» базируется на общеэкономических знаниях, полученных студентами в ряде предшествующих дисциплин: мировая экономика и международная торговля, общая экономическая теория, правоведение. Знание этих дисциплин поможет студентам глубже изучить теории финансовой грамотности и сформировать совокупность знаний, умений и навыков в области изучения основ финансовой сферы и культуры экономического мышления в области экономической и финансовой грамотности. Данная дисциплина поможет при освоении таких дисциплин как: налоги и налогообложение, основы проектной деятельности, микроэкономика, Организация, технология и проектирование торговых предприятий.

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
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов	Знает базовые принципы и условия функционирования экономики в различных областях жизнедеятельности Знает основные финансовые понятия и основы поведения экономических агентов
	Умеет использовать инструментарий для принятия обоснованного экономического решения на основе сравнительного анализа финансовых альтернатив, в том числе в сфере личных финансов Умеет классифицировать основные финансовые понятия с целью использования их в принятии финансовых решений экономическими агентами
	Применяет инструментарий управления финансами для обоснования экономических решений Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
ИУК-10.2. Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами	Знает виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения Знает информационную базу управления финансами экономических агентов
	Умеет использовать инструментарий для анализа информации в области управления финансами экономических агентов Оценивать индивидуальные риски, связанные с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами, а также риски стать жертвой мошенничества
	Применяет инструментарий анализа информации в области управления финансами экономических агентов Контролирует собственные экономические и финансовые риски в управлении личными финансами

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины, ОФО.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы финансовых знаний и условия функционирования экономики в различных областях жизнедеятельности	7	2	2		3
2.	Финансовые услуги, инструменты сбережения и инвестирования .	9	2	2		5
3.	Основы личного финансового планирования, бюджет и подходы к его формированию и исполнению Личные сбережения и пенсии.	7	2	2		3
4.	Налогообложение физических лиц	7	2	2		3
5.	Современные финансовые технологии. Электронные финансы.	9	2	2		5
6.	Инвестиции для жизни в различные периоды	7	2	2		3
7.	Потребительское страхование	7	2	2		3
8.	Финансовые риски и безопасность	6,8	2	2		2,8
9.	Основы личной финансовой безопасности. Финансовое мошенничество и способы защиты потребителя финансовых услуг	4	1	1		2
10.	Анализ финансовой информации	4	1	1		2
	ИТОГО по разделам дисциплины	67,8	18	18		31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор

К.э.н., доцент кафедры ЭАСиФ

Гудакова Л.В.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.16 «Бухгалтерский учет в торговле»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины: научить будущих бакалавров идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать объекты бухгалтерского наблюдения; привить им навыки применения принципов бухгалтерского учета и приемов обобщения учетной информации; сформировать у студентов теоретические навыки организации бухгалтерского учета предпринимательской деятельности в системе управления организаций оптовой и розничной торговли.

Задачи дисциплины:

- 1) формирование знаний о методологии бухгалтерского учета, принципах, лежащих в основе данной дисциплины;
- 2) понимание сущности ФХЖ и их влияния на финансовое состояние хозяйствующего субъекта;
- 3) приобретение системы знаний о бухгалтерском учете как одной из функций управления, направленной на формирование достоверной информации о финансовом положении и финансовых результатах деятельности организации;
- 4) усвоение теоретических основ и особенностей отражения хозяйственных операций в номенклатуре Плана счетов;
- 5) применение инструментов профессионального суждения и учетной политики при формировании информации в бухгалтерском учете.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория бухгалтерского учета» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной, заочной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Данная дисциплина является одной из основных дисциплин, призванных сформировать теоретико-методологический инструментарий бакалавра по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина предполагает закрепление и комплексное применение знаний, полученных при изучении дисциплины «Экономическая теория», «Торгово-экономическая деятельность» на основе выполнения практических ситуационных заданий, что способствует формированию взаимосвязи между теорией и практикой, выработке навыков практической работы. Позволяет более эффективно выполнять задания, облегчает изучение таких дисциплин как «Экономика торгового предприятия», «Финансы коммерческого предприятия», «Профессиональные компьютерные программы» и др.

Дисциплина «Бухгалтерский учет в торговле» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, а также способствует всестороннему развитию личности студентов, гарантирует качество их подготовки.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	
ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	Знает: положения по организации и ведению учета на различных участках деятельности организаций торговли; Знает: правила осуществления записей на счетах бухгалтерского учета; Знает: формы и методы ведения учета в торговых организациях: систему сбора, обработки и подготовки учетной информации для решения поставленных управленческих задач.
	Умеет: решать на примере конкретных ситуаций вопросы идентификации, оценки и классификации объектов бухгалтерского наблюдения; Умеет: использовать формы и методы учетно-экономической работы, обеспечивая реализацию учетного процесса; Умеет: использовать систему знаний о принципах организации бухгалтерского учета для решения задач профессиональной деятельности.
	Трудовые функции: применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач; Трудовые функции: владеет методикой синтетического и аналитического учета операций с товарами; Трудовые функции: обладает навыками практического применения теоретических основ и принципов бухгалтерского учета в торговых организациях.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	
1.	Способы ведения и принципы организации бухгалтерского учета	6	2	2	2
2.	Предмет и объекты бухгалтерского наблюдения в торговых организациях	6	2	2	2
3.	Оценка — методический прием бухгалтерского учета. Амортизация: сущность и методы начисления	6	2	2	2
4.	Бухгалтерский баланс	8	2	2	4
5.	Бухгалтерские счета и хозяйственные операции	18	6	6	6
6.	Документальное оформление операций с товарами. Особенности учета товарных операций	18	6	6	6
7.	Инвентаризация товаров	12	4	4	4
8.	Учет расходов на продажу	12	4	4	4
9.	Учет тары	12	4	4	4
10.	Учетная политика торговой организации	6	2	2	2
<i>ИТОГО по темам дисциплины:</i>		104	34	34	36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			
	Контроль	35,7			
Общая трудоемкость по дисциплине		144			

Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	
1.	Способы ведения и принципы организации бухгалтерского учета	5	2	1	2
2.	Предмет и объекты бухгалтерского наблюдения в торговых организациях	9	2	1	4
3.	Оценка — методический прием бухгалтерского учета. Амортизация: сущность и методы начисления	9	2	1	4
4.	Бухгалтерский баланс	8	2	1	4
5.	Бухгалтерские счета и хозяйственные операции	7	2	1	10
6.	Документальное оформление операций с товарами. Особенности учета товарных операций	13	2	1	10
7.	Инвентаризация товаров	16	4	2	8
8.	Учет расходов на продажу	16	4	2	10
9.	Учет тары	11	2	1	8
10.	Учетная политика торговой организации	9	2	1	6
ИТОГО по темам дисциплины:		103	24	12	66
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			
	Контроль	35,7			
Общая трудоемкость по дисциплине		144			

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия/семинары, СР – самостоятельная работа.

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Авторы:

доктор экон. наук, профессор,
заведующий кафедрой бухгалтерского учета,
аудита и автоматизированной обработки данных

Кутер М.И.

ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета,
аудита и автоматизированной обработки данных

Шангереева Н.С.

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б1.О.17. Микроэкономика»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у студентов системы теоретических знаний о закономерностях функционирования современной рыночной экономики и навыков использования принципов принятия экономических решений в условиях ограниченности экономических ресурсов.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами понятийного аппарата микроэкономической теории;
- овладение методологией микроэкономического анализа;
- выработка навыков самостоятельного анализа конкретных микроэкономических проблем
- показать возможности обсуждения ряда прикладных проблем на основе методов, освоенных в рамках курса «Общая экономическая теория»;
- приобретение знаний об основах рыночных отношений; факторах, определяющих поведение потребителя и производителя на рынке товаров (услуг) и рынках факторов производства;
- изучение деятельности фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции;
- приобретение навыков практического применения методов микроэкономического анализа, экономической оценки организационно-технических процессов и решений.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Микроэкономика» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Для изучения дисциплины требуются знания, полученные учащимися в результате освоения предшествующих дисциплин: «Общая экономическая теория», «Математика», «Торгово-коммерческая деятельность». Данная дисциплина предваряет изучение таких курсов как: «Макроэкономика», «Организационное поведение», «Ценообразование на коммерческом предприятии».

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		
ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснить природу торгово-экономических процессов;			
ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне	знает	умеет	владеет
	основные понятия, категории и инструменты современной микроэкономической теории; структуру рыночной	анализировать на основе стандартных теоретических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на	методами микроэкономического анализа поведения экономических субъектов в современной экономике, навыками

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
	экономики и механизм взаимодействия спроса и предложения на рынках товаров и факторов производства; механизмы торгово-экономических процессов	микроуровне; определять характер влияния ценовых и неценовых факторов на состояние отдельных рынков товаров и факторов производства; проводить сравнительный анализ рыночных структур с точки зрения их влияния на эффективность использования экономических ресурсов и общественное благосостояние	интерпретации экономической информации и ее применения при принятии решений в сфере профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	
1.	Рыночная система: спрос и предложение.	18	6	4	8
2.	Теория поведения потребителей.	18	6	4	8
3.	Теория фирмы.	16	6	2	8
4.	Фирмы на рынках совершенной и несовершенной конкуренции.	16	6	2	8
5.	Конкуренция и монопольная власть на рынке ресурсов.	16	6	2	8
6.	Теория общественного благосостояния.	18	4	2	12
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102	34	16	52
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6			6
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			0,3
	Подготовка к текущему контролю	35,7			35,7
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			42

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор
Артова Е.В.

Б1.В.18 ЭКОНОМИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): «Электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц.

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов представление о -коммерческом предприятии и его деятельности в сфере экономики, направленной на доведение до потребителей материальных благ с учетом факторов, влияющих непосредственно на эффективную деятельность торгового предприятия.

Курс отражает весь комплекс вопросов экономики торговой организации и ставит задачу формирования у будущих специалистов знаний, умений и практических навыков в сфере деятельности организаций торговли. В курсе рассмотрены как общие аспекты функционирования предприятий, так и особенности деятельности организаций торговли: розничный товарооборот и его товарное обеспечение, товарооборот общественного питания, оптовый товарооборот и др. Особое внимание уделено анализу и планированию деятельности торговых предприятий, логистике и управлению запасами, хозяйственному риску и угрозе банкротства.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области организации предприятий сферы торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Владеть знаниями об экономических основах коммерческой деятельности;
- Изучить сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле;
- Понять роль торговли в обращении товаров и услуг и в целом прикладное значение коммерческой деятельности;
- Сформировать представление об экономических показателях, характеризующих эффективность коммерческой деятельности;
- Сформировать знания и навыки в сфере управления экономической сферой коммерческого предприятия.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика торгового предприятия» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на втором курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса ««Экономика торгового предприятия» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете. Дисциплина «Экономика торгового предприятия» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Общая экономическая теория», «Торгово-коммерческая деятельность», «Основы товароведения и экспертизы». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Бухгалтерский учет в торговле», «Микроэкономика», «Организационное поведение» «Менеджмент в коммерческих организациях». В свою очередь дисциплина «Экономика торгового предприятия» является базой для изучения таких дисциплин как «Розничные торговые предприятия и сети», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Маркетинг» и «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

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
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов.	
ИОПК- 3.4. Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	Знает: <ul style="list-style-type: none">- экономические показатели деятельности торгово-коммерческого предприятия;- методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства;- маркетинговый инструментарий для проведения маркетингового исследования для целей организации;- технологии проведения маркетинговых исследований.
	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- определять / ставить экономические цели организации;- проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия;- использовать различные методики расчета экономической эффективности торгового предприятия;- организовать маркетинговое исследование в целях выявления проблемы экономического свойства на торговом предприятии.
	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): <ul style="list-style-type: none">- терминологическим аппаратом для понимания экономических основ торговой деятельности предприятия;- теоретическими основами и пониманием значения экономических показателей для определения эффективной деятельности;- методами расчета и анализа экономических показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства;-технологиями проведения маркетингового исследования для целей выявления и расчета экономической эффективности торгового предприятия.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (на 2 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Торговое предприятие на потребительском рынке	8	2	2	-	4
2	Товарооборот и товарное обеспечение деятельности торгового предприятия	12	4	4	-	4
3	Труд и трудовые ресурсы торгового предприятия	6	2	2	-	2
4	Оплата и стимулирование труда на торговом предприятии	6	2	2	-	2
5	Материально-технические ресурсы торговой организации	12	4	4	-	4
6	Нематериальные активы торгового предприятия	12	4	4	-	4
7	Доходы торгового предприятия	12	4	4	-	4
8	Расходы организации: затраты, расходы и издержки	12	4	4	-	4
9	Прибыль и финансы торгового предприятия	12	4	4	-	4
10	Анализ, планирование и стратегия развития торгового предприятия	12	4	4	-	4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	34	34	-	36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (на 2 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Торговое предприятие на потребительском рынке	8	1	1	-	6
2	Товарооборот и товарное обеспечение деятельности торгового предприятия	10	1	1	-	8
3	Труд и трудовые ресурсы торгового предприятия	10	1	1	-	8
4	Оплата и стимулирование труда на торговом предприятии	10	1	1	-	8
5	Материально-технические ресурсы торговой организации	10	1	1	-	8
6	Нематериальные активы торгового предприятия	10	1	1	-	8
7	Доходы торгового предприятия	10	1	1	-	8
8	Расходы организации: затраты, расходы и издержки	12	2	2	-	8
9	Прибыль и финансы торгового предприятия	10	1	1	-	8
10	Анализ, планирование и стратегия развития торгового предприятия	12	2	2	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102	12	24	-	78
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.О.21 «Организационное поведение»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (очная форма обучения – 72 ч., из них – 38, 2 ч. контактной работы: лекционных 18 ч., практических 16 ч., иной контактной работы 4,2 ч.; КСР 4 ч; ИКР- 0.2 ч., самостоятельной работы 33, 8 ч.).

Цель дисциплины: – раскрыть основы теоретических знаний и практических навыков по современным формам и методам воздействия на поведение личности, группы, выявлению причин недостаточной результативности организации, грамотному выстраиванию межличностных отношений для повышения эффективности работы организации

Задачи дисциплины:

- раскрыть представление о современном состоянии и тенденциях развития организационного поведения;
- показать многообразие проблем, с которыми сталкивается личность в коллективе;
- исследовать природу организации как системы и продемонстрировать влияние этой системы на отдельных сотрудников;
- представить возможные схемы разработки проектов организационных систем, которые ставят в центр человека, его способности и потребности; раскрыть методы описания поведения работников, групп, организаций;
- показать способы изменения поведения индивида, группы в соответствии с критериями эффективности работы организации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организационное поведение» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Курс «Организационное поведение» тесно взаимосвязан с другими учебными программами и базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин, как «Общая экономическая теория», «Основы бизнеса», «Деловые коммуникации».

Организационное поведение занимает особое место в ряду других управленческих дисциплин как исследовательская область, уделяющая наибольшее внимание особенностям поведения людей в гораздо большей степени, чем другие дисциплины. С позиции организационного поведения прибыль, структуры управления, коммуникационные потоки в организации и т.д. рассматриваются как факторы, влияющие на поведение людей и позволяющие сформировать требуемое поведение.

Полученные при изучении дисциплины знания могут быть использованы при написании, защите выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

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
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные теории и принципы межличностных и групповых коммуникаций; – особенности формирования группового поведения в организации; – особенности формирования группового поведения в организации,
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивать межличностное и групповое взаимодействие с учетом установленных правил поведения в организации; – выявлять причины и факторы создания формальных и неформальных групп; – идентифицировать элементы организационной культуры
	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками устранения межличностных и групповых коммуникационных барьеров; – способами и методами осуществления диагностики организационной культуры
УК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу.	<p>Знает основные закономерности командного взаимодействия; основные условия и факторы эффективности командной работы в организации</p>
	<p>Умеет организовывать командное взаимодействие для решения поставленных задач, с учетом профессиональных компетенций каждого члена команды</p>
	<p>Владеет навыками организации командной работы, технологиями управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности; методами формирования и поддержания морально-психологического климата в организации.</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	
1.	Управление организациями	7,8	2	2	3,8
2.	Организационная культура	12	2	4	6
3.	Формирование команд и группового поведения в организации	12	4	2	6
4.	Лидерство	12	2	4	6

5.	Коммуникативное поведение в организации	12	4	2	6
6.	Управление изменениями. Инновационное поведение	12	4	2	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	18	16	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			4
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0.2
	Подготовка к текущему контролю				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	18	16	38

5.1. Основная литература

1. *Дорофеева, Л.И.* Организационное поведение : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. И. Дорофеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 378 с. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/434452> (дата обращения: 15.01.2020); Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-07617-2. - Текст: электронный. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/bcode/434452>
2. *Фролов, Ю.В.* Теория организации и организационное поведение. Методология организации : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. В. Фролов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 128 с. - <https://biblio-online.ru/book/0B6F9085-359E-4BE7-9E60-2129A11198DE> .
3. *Кочеткова, А.И.* Организационное поведение и организационное моделирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : в 3 ч. Ч. 2 : Психологические механизмы / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 351с. - <https://biblio-online.ru/book/A3C75C6A-0F68-4732-8BC3-88AC57B70700/organizacionnoe-povedenie-i-organizacionnoe-modelirovanie-v-3-ch-chast-2-psiologicheskie-mehanizmy>.

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Мудрова Л.И. канд. экон. наук, доцент

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.20 Маркетинг

Объем трудоемкости: 7 зачетных единиц

Целью дисциплины является формирование у студентов понимания сущности современной маркетинговой концепции, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых принципов и инструментов в принятии рыночных решений современной фирмы.

Задачами учебной дисциплины «Маркетинг» являются:

формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;

усвоение системного представления о роли маркетинга как управленческого процесса в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения

понимание значения и сущности стратегического подхода в маркетинге; знание основных стратегических принципов управленческих решений; умение использовать основные элементы маркетинговой стратегии и подходы к определению границ целевого рынка;

изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации на корпоративном, дивизиональном и продуктовом уровне;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической ценовой политики в маркетинге и различных стратегий ценообразования;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики распределения и сбыта в маркетинге;

понимание значения информационного образа товаров, марок и фирмы в целом в решении стратегических задач рыночного развития; знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики продвижения образа фирмы в целевых аудиториях;

умение формировать интегрированную маркетинговую стратегию, включая функциональные стратегии, социально-ответственный подход, внутренний маркетинг и стратегическое партнерство.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Дисциплина читается для всех профилей направления. Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Содержание дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего образования, таких, как «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Экономика торгового предприятия» и др. По содержанию дисциплина является базовым уровнем изучения маркетинговых подходов и принципов деятельности. Основные компетенции, получаемые при изучении дисциплины, могут быть развиты и конкретизированы в дальнейшем при изучении таких профильных дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации»,

«Поведение потребителей», «Стратегический маркетинг» и др.

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
ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1. Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<p>Знает: сущность и содержание современной маркетинговой концепции, основные направления ее развития с учетом интересов предприятия, потребителей, заинтересованных социальных групп и общества в целом; основные инструменты комплекса маркетинга, формирующие удовлетворенность потребителей; основные факторы внешней среды, оказывающие влияние на рыночную деятельность предприятия; базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений; основные методы и инструменты проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Умеет: идентифицировать маркетинговые проблемы и ставить цели их решения; разрабатывать сценарий маркетингового исследования, выбирать источники и обосновывать методы получения информации; проводить анализ полученных данных, выявлять рыночные возможности и разрабатывать обоснованные предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности организации</p> <p>Владеет: базовыми навыками постановки маркетинговых проблем и разработки сценариев маркетинговых исследований; навыками сбора первичной информации (опрос, наблюдение, эксперимент), опытом разработки сценариев и реализации маркетинговых исследовательских проектов по изучению рыночных факторов и анализу поведения потребителей в реальных условиях; разрабатывает продуктовую стратегию, ценовую стратегию, стратегию распределения и сбыта, стратегию продвижения в маркетинговой деятельности организации; планировать маркетинговые мероприятия, составлять бюджет и оценивать их эффективность.</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для студентов ОФО.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в современный маркетинг. Эволюция маркетинговой концепции	8	6	4		8
2.	Принципиальная структура системы маркетинга предприятия	8	6	2		6
3.	Задачи и функции маркетинга	8	6	2		8
4.	Изучение окружающей среды и анализ рынков сбыта. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы	8	6	4		8
5.	Основы понимания потребительского поведения. Конечные и коммерческие потребители	4	6	2		8
6.	Сегментирование рынков и позиционирование товара	6	6	4		8
7.	Разработка и планирование продукции	6	6	4		8
8.	Политика ценообразования	6	4	2		8
9.	Организация системы распределения и сбыта	6	4	2		6
10.	Организация системы информационного продвижения продукта	6	6	2		8
11.	Управление маркетинговой деятельностью	4	4	2		6
12.	Развитие маркетинга в онлайн-среде	4	6	2		8
13.	Особенности маркетинговой деятельности в международной сфере	4	4	2		5,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		199,8	70	34		95,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		16				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,5				
Контроль		26,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		252				

Курсовая работа: предусмотрена во 2-м семестре.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: Костецкий А.Н., зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.21 «Менеджмент в коммерческих организациях»

Объем трудоемкости: 6 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование основополагающих представлений об управлении социальными системами и об эволюции этих представлений, изучение процессов, функций и методов управления, приобретение практических навыков коммуникаций и принятия решений, овладение основами системного мышления, как определяющего фактора организационной эффективности.

Задачи дисциплины:

- дать студентам ясное и четкое представление о природе управленческой деятельности, основных функциях менеджмента, методах, способах и технологиях управления;
- показать взаимосвязь управленческой деятельности со всеми процессами, происходящими в социально-экономических структурах;
- сформировать представление об особенностях управленческих процессов в отдельных сферах экономической деятельности;
- привить студентам практические навыки и умение принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов, неплатежеспособности предприятий;
- воспитать у студентов высокие нравственные качества, ответственность за моральный уровень деловой российской среды и стремление внести свой вклад в стабилизацию экономической и социально-политической ситуации в России.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент в коммерческих организациях» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

Торгово-коммерческая деятельность, Общая экономическая теория

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Контент-менеджмент, Стратегии интернет-маркетинга, Корпоративная социальная-ответственность

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
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	
ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает теорию управленческой мысли, рыночные закономерности и особенности развития национальной экономики Знает особенности торгово-экономической деятельности, методы принятия управленческих решений и их виды Умеет анализировать рыночные условия хозяйствования коммерческого предприятия Умеет применять методы принятия управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Проводит анализ рыночной среды коммерческого предприятия для разработки управленческих решений в ходе реализации стратегий развития предприятия Принимает участие в оценке альтернатив и выборе наилучшего варианта для принятия управленческого решения в реальных или смоделированных условиях.
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгово-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Знает основные теоретические аспекты межличностных отношений в организации, Основы кросс-культурного менеджмента. Теоретические основы и методы постановки и достижения целей в процессе выполнения управленческих задач. Классификацию и содержание функций управления
	Умеет планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности. Умеет работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; уметь адаптироваться в межкультурной среде,
	Владеет приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности; владеть основными методиками таймменеджмента Применяет методы стратегического анализа при планировании профессиональной деятельности, разрабатывает стратегии, оценивает результаты реализации стратегий

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Теоретические основы менеджмента	23	6	4		13
2.	Общие функции менеджмента	44,8	12	12		20,8
3.	Методы управления	37	12	6		19
4.	Специальные функции менеджмента	66	24	12		30
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	107,8	54	34		82,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	9				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5				
	Контроль	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	216				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачёт, экзамен)*

Автор: Кушнир Д.Д.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Б1.О.22 Основы проектной деятельности»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование и углубление у студентов понимания сущности и закономерностей осуществления проектной деятельности, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в сфере проектного управления.

Задачи дисциплины:

- формирование теоретических и практических знаний о принципах проектной деятельности коммерческих предприятий;
- развитие умений и навыков использования принципов проектной деятельности для решения профессиональных задач;
- приобретение навыков организации проектной деятельности коммерческих предприятий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы проектной деятельности» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: «Торгово-коммерческая деятельность», «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», «Правоведение», «Бухгалтерский учет в торговле», «Экономика торгового предприятия».

Полученные при изучении дисциплины знания используются при изучении следующих дисциплин: «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Финансы коммерческого предприятия», «Формирование и управление партнёрскими отношениями», а также при написании выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

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 <i>(знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))</i>
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
ИУК-2.3. Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач	Знает принципы и правила организации проектной деятельности для решения профессиональных задач Знает основные этапы проектной деятельности Умеет использовать принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач Умеет планировать основные этапы проектной деятельности Владеет навыками применения принципов проектной деятельности для решения профессиональных задач
ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария	Знает методы и инструменты проектной деятельности для выбора оптимального способа решения задач Знает основные этапы проектной деятельности Умеет использовать проектный инструментарий для выбора оптимального способа решения задач Умеет планировать основные этапы проектной деятельности

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
	Может осуществить выбор оптимального способа решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре на 2 курсе (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Экономические основы проектной деятельности	22	6	6		10
2.	Технология проектной деятельности	22	6	6		10
3.	Результаты и оценка проектной деятельности	23,8	6	6		11,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	18	18		31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре на 2 курсе (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Экономические основы проектной деятельности	22	4	4		14
2.	Технология проектной деятельности	22	4	4		14
3.	Результаты и оценка проектной деятельности	23,8	4	4		15,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	12	12		43,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Никулина О.В. д.э.н., профессор кафедры мировой экономики и менеджмента

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1. О.23 «Основы системного анализа и принятия решений»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: является формирование у студентов системного мышления, теоретической и практической базы системного исследования при анализе проблем и принятии решений в области профессиональной деятельности

Задачи дисциплины: состоят в освоение профессиональных знаний, получении профессиональных навыков в области системного анализа:

- формирование основных представлений о принципах и методах системного анализа для построения моделей систем, критериях и способах оценки адекватности моделей;
- приобретение студентами знаний в области использования подходов и методов системного анализа при исследовании и проектировании сложных систем;
- формирование практических умений анализа систем и процессов, происходящих в сложных системах, постановки задач принятия решений, комплексной оценки и выбора альтернатив.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы системного анализа и принятия решений» является дисциплиной обязательной части учебного плана направления 38.03.06 «Торговое дело». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Основы системного анализа и принятия решений» предназначена для студентов третьего курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Для освоения дисциплины «Основы системного анализа и принятия решений» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Теория управления», «Методы принятия управленческих решений» и др.

Дисциплина «Основы системного анализа и принятия решений» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные студентами в результате освоения данной дисциплины, необходимы для освоения ряда других частей ООП: «Интеллектуальный анализ данных», «Стратегический менеджмент» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи	Знает модели теории систем и методы системного анализа; схемы и общие методики системного анализа;
	Умеет строить корректную модель системного объекта (процесса); разрабатывать и использовать методику системного анализа конкретного

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>объекта (проблемной ситуации, возникшей в нем и окружающей среде) для выработки системы предварительных решений по его созданию, функционированию, развитию (по устранению проблемной ситуации).</p> <p>Владеет навыками работы с инструментарием системного анализа;</p>
ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор	Знает основные законы и закономерности систем, методологические подходы системного анализа;
	Умеет ориентироваться в современных направлениях системных исследований; правильно использовать системную парадигму; выбирать методы моделирования систем, структурировать и анализировать цели и функции систем управления, проводить системный анализ объектов профессиональной деятельности
	Владеет навыками выявления и правильного анализа проблем объекта и формирования системы целей для их решения; разработки эффективной системы целедостижения.

Основные разделы дисциплины:

Очная форма обучения

№ р а з - д е л а	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР ИКР
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Системы и закономерности их функционирования и развития. Основные положения системного анализа.	4	2			2	

№ р а з д е л а	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельна я работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР ИКР
2.	Основы системного анализа.	6	2		2	2	
3.	Общие методики и процедуры системного анализа.	4	2		2	4	
4.	Показатели оценки систем. Типы шкал.	8	2		2	4	
5.	Понятие цели и закономерности целеобразования	8	2		2	4	
6.	Систематизация моделей и методов моделирования систем.	8	2		2	4	
7.	Формальные модели и методы моделирования систем.	8	2		2	4	
8.	Метод анализа иерархий	8	2		2	4	
9.	Сетевое моделирование систем	9,8	2		4	5,8	
10.	ИКР	0,2					0,2
11.	КСР	4					4
	Итого:	72	18		18	33,8	38,2

Очно-заочная форма обучения

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельна я работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР ИКР
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Системы и закономерности их функционирования и развития. Основные положения системного анализа.	3	1			2	
2.	Основы системного анализа.	2	1		1	2	
3.	Общие методики и процедуры системного анализа.	5	1		1	6	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР ИКР
4.	Показатели оценки систем. Типы шкал.	6	1		1	6	
5.	Понятие цели и закономерности целеобразования	6	1		1	6	
6.	Систематизация моделей и методов моделирования систем.	6	1		1	6	
7.	Формальные модели и методы моделирования систем.	8	2		2	6	
8.	Метод анализа иерархий	8	2		2	6	
9.	Сетевое моделирование систем	9,8	2		2	3,8	
10.	ИКР	0,2					0,2
11.	КСР	4					4
	Итого:	72	12		12	43,8	

Курсовые работы не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Библия Г. Н.

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.О.24 «СТАТИСТИКА»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Статистика» - сформировать теоретические основы и овладеть практическими умениями и навыками в области сбора, обработки статистических данных, построении системы статистических показателей и экономико-статистического анализа развития социально-экономических процессов.

Задачи дисциплины

- усвоить основные положения, законы и методы статистического анализа;
- выработать умение обрабатывать и анализировать статистические данные с использованием различных статистических методов;
- закрепить навыки использования методов статистического анализа в прикладных исследованиях.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Статистика» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2-м курсе в 4-м семестре по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Статистика» базируется на общеэкономических и математических знаниях, полученных студентами в предыдущих курсах обучения: «Математика». Компетенции, сформированные в этих дисциплинах, формируют теоретико-практическую базу для успешного освоения курса «Статистика».

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины, применяются при изучении такой дисциплины как «Рыночные исследования и анализ данных».

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
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;	Знает основные элементы, законы, механизмы и методы статистического исследования; Знает технологии проведения статистического анализа для формулирования и решения поставленных профессиональных задач;
ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Умеет обрабатывать и анализировать статистические данные с использованием различных статистических методов; Умеет выбирать необходимый инструментарий для обработки данных в соответствии с поставленной задачей; Осуществляет проведение статистического исследования и анализа его результатов. Применяет методы статистических исследований для формулирования и решения задач профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Методы сбора и первичной обработки статистической информации.	13	6	2	-	5
2.	Методика расчета и анализа средних показателей	14	5	4	-	5
3.	Расчет и анализ показателей вариации	12	5	2	-	5
4.	Корреляционно-регрессионный анализ и моделирование статистических связей	14,8	5	4	-	5,8
5.	Ряды динамики	16	5	2	-	9
6.	Методика построения и статистический анализ индексов	16	5	2	-	9
7.	Выборочное наблюдение	17	5	2	-	10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		36	18	-	48,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к экзамену	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор _____

канд. экон. наук, доцент кафедры
ЭАСиФ Бабенко И.В.

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.О.25 «Организация, технология и проектирование торговых предприятий»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: дать теоретические знания и практические навыки организации торгово-технологических процессов на предприятиях торговли, сформировать у студентов навыки профессиональной деятельности в сфере торговли, обучить теоретическим и прикладным знаниями о сложном механизме процесса доведения товаров 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.

Задачи дисциплины:

- изучить виды, типы и функции коммерческих предприятий;
- изучить материально-техническую базу, виды и назначение оптовой и розничной торговой сети, товарных складов;
- изучить специфику проектирования интернет-магазинов;
- освоить организацию торгово-технологического процесса предприятий торговли;
- рассмотреть принципы, нормы и методы проектирования коммерческих предприятий;
- освоить правила эксплуатации и нормы безопасности на предприятиях торговли и сферы услуг;
- изучить правила охраны труда на предприятиях торговли и сферы услуг.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация, технология и проектирование торговых предприятий» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Экономика торгового предприятия, Основы проектной деятельности, Розничные торговые предприятия и сети.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Управление интернет-проектами, Торговые выставки и ярмарки

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
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	
ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии	Знает организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, Знает состав и особенности организации технологических процессов торгового предприятия
	Умеет осуществлять проектирование основных бизнес-процессов торгового предприятия Умеет рассчитывать эффективность проектов по организации деятельности торгового предприятия
	Составляет проекты по организации торговых предприятий

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Рассчитывает экономическую эффективность проектов по организации деятельности торговых предприятий или по реинжинирингу их бизнес-процессов

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.	Сущность процесса товародвижения	5,8	2	2		1,8
2.	Тара и тарные операции на складе	10	4	2		4
3.	Организация перевозки товаров	12	4	2		6
4.	Оптовые предприятия их типы и виды.	12	6	2		4
5.	Склады в оптовой торговле	10	4	2		4
6.	Техническое оборудование склада. Организация и технология складских операций.	8	2	2		4
7.	Розничная торговая сеть. Организация торгово-технологического процесса.	8	4	-		4
8.	Организация охраны труда на предприятиях торговли	6	2	-		4
9.	Проектирование бизнес-процессов торговых предприятий	30	6	4		20
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	101,8	34	16		51,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачёт)*

Автор: Муратова А.Р.

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б1. 0.26 Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков правового регулирования отношений, возникающих в процессе осуществления маркетинговой деятельности, в сфере торгового оборота, в системе хозяйственных связей и овладения механизма регулирования договорных отношений. Приобретение навыков по осуществлению анализа и правоприменению системы нормативно-правового регулирования рыночных транзакций при принятии обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.

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 «Правовое регулирование профессиональной деятельности» относится к Обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знаниях предшествующих дисциплин, таких как: «Финансовая грамотность», «Бухгалтерский учет в торговле», «Маркетинг», «Менеджмент в коммерческих организациях», «Экономика торгового предприятия», «Микроэкономика», «Торгово-коммерческая деятельность», а также для последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом, такие как: «Финансы коммерческого предприятия», «Налоги и налогообложение», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Реклама и продвижение в интернет», «Маркетинговые коммуникации».

□

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
ОПК-4-Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.4-Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов	<p>Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации.</p> <p>Знает: нормативные правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность.</p> <p>Умеет: применять нормативно-правовые акты и методические материалы при регулировании рыночных транзакций при принятии обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет: применять нормативно-правовые акты при осуществлении продажи товаров и услуг.</p> <p>Владеет: навыками применения законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов при формировании предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж.</p> <p>Владеет: навыками применения законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов в процессе формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</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 регулирование предпринимательской деятельности	16	8	4	-	4
2.	Правовое регулирование деятельности по реализации товаров	12	6	2	-	4
3.	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты, принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации	9,8	4	2	-	3,8
4.	Договорные обязательства в сфере предпринимательства	18	8	6	-	4
5.	Нормативно-правовое регулирование рыночных транзакций и их влияние на торгово-экономические процессы	14	8	2		4
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		69,8	34	16	-	19,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

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

Автор канд. экон. наук, доцент Гелета ИВ

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.27 «Финансы коммерческого предприятия»**

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины: изучение теоретических и методических основ финансов коммерческого предприятия, раскрытие практических аспектов их организации, управления и планирования, формирование у студентов целостной системы знаний и современных компетенций в области принятия финансово-инвестиционных управленческих решений с учетом рыночных и специфических рисков.

Задачи дисциплины

- формирование знаний о теоретических основах финансов и финансовой системы страны, роли и особенности организации корпоративных финансов, теоретических закономерностей развития корпоративных финансовых отношений и основных функций финансовых служб компании с учетом основ экономических знаний в сфере корпоративных финансов;

- формирование навыков применения действующей законодательной и нормативной базы, регулирующей финансовые отношения в РФ, специфику хозяйствующих субъектов различных сфер деятельности, особенности организации финансов, управления и, в том числе, финансового планирования и прогнозирования;

- изучение процесса тактического и стратегического финансового планирования, инструментов кратко-, средне- и долгосрочного планирования и прогнозирования, особенности формирования финансовой стратегии и тактики, нацеленной на рост стоимости компании с учетом роли финансовых рынков;

- овладение умениями расчета основных финансовых показателей деятельности организаций и методами их анализа для принятия управленческих решений;

- формирование умения применения инструментов финансового планирования и обоснованности финансового прогнозирования развития организации;

- получение навыков анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использования полученных сведений для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансы коммерческого предприятия» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается в 5 семестре. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина изучается после дисциплин, позволяющих наиболее эффективно усваивать учебный материал в рамках данного курса, а именно: «Торгово-коммерческая деятельность», «Правоведение», «Финансовая грамотность», «Экономика торгового предприятия». Знания, полученные в ходе изучения дисциплины, являются необходимой базой для изучения следующих дисциплин: «Управление интернет-проектами», «Налоги и налогообложение», «Формирование и управление партнёрскими отношениям» и используются при выполнении выпускной квалификационной работы.

Требования к уровню освоения дисциплины

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности
ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и	Знает сущность финансов предприятий и финансовой системы страны, корпоративных финансовых отношений и основные функции финансовых служб компании;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает систему основных финансовых показатели эффективности деятельности предприятия.
	Умеет рассчитывать основные экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; Умеет применять методы анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской отчетности предприятия для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании.
	Применяет нормативно-правовую базу, регулиющую финансовые отношения в коммерческих организациях; Использует инструменты финансового планирования и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудит. работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Финансы предприятий в финансовой системе страны: экономическое содержание и назначение корпоративных финансов.	9	4	1		4
2.	Особенности финансов организаций различных организационно-правовых форм собственности.	9	2	1		6
3.	Формирование и управление капиталом.	7	2	1		4
4.	Инвестиции в основной капитал	9	2	1		6
5.	Организация и управление оборотными средствами.	12	4	2		6
6.	Управление денежными потоками. Система расчетов.	12	2	2		8
7.	Доходы и расходы организаций.	14	6	2		6
8.	Прибыль и рентабельность организации. Система налогообложения.	12	4	2		6
9.	Финансовое планирование в организации.	10	4	2		6
10.	Основы анализа финансового состояния.	16	4	2		8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	110	34	16		60
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к экзамену	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудит. работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Финансы предприятий в финансовой системе страны: экономическое содержание и назначение корпоративных финансов.	9	2	1		6
2.	Особенности финансов организаций различных организационно-правовых форм собственности.	9	1	1		8
3.	Формирование и управление капиталом.	7	2	-		6
4.	Инвестиции в основной капитал	9	1	1		6
5.	Организация и управление оборотными средствами.	12	4	1		8
6.	Управление денежными потоками. Система расчетов.	12	2	2		8
7.	Доходы и расходы организаций.	14	4	1		8
8.	Прибыль и рентабельность организации. Система налогообложения.	12	2	1		8
9.	Финансовое планирование в организации.	10	2	2		8
10.	Основы анализа финансового состояния.	16	4	2		8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	110	24	12		74
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к экзамену	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: Экзамен

Автор РПД: к.э.н., доцент кафедры ЭАСиФ

Макарова Н.В.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.0.28 **Рыночные исследования и анализ данных**»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: _4 зачетные единицы

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков в области изучения учебной дисциплины «**Рыночные исследования и анализ данных**», а также подготовка специалистов, умеющих применять современные методики сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности, используемых в дальнейшей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- умение использовать инструменты исследования спроса в он-лайн и офф-лайн среде ;
- обеспечение понимания основ сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;
- усвоение алгоритмов анализа состояния рынка и спроса в он-лайн и офф-лайн среде;
- изучение форм и типов реакции рынка на маркетинговые действия;
- освоение приемов проведения исследований состояния рынка и спроса в он-лайн и офф-лайн среде;
- приобретение навыков прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин;
- обучение студентов практическим навыкам проектирования взаимодействия посетителя с сайтом.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рыночные исследования и анализ данных» относится к обязательно части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.0.28) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 5 семестре 3 курса. Дисциплина «Рыночные исследования и анализ данных» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Компьютерный практикум», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинг». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Рыночные исследования и анализ данных» является базой для изучения таких дисциплин как «Основы проектной деятельности», «Профессиональные компьютерные программы», «Контент-менеджмент», «Стратегии интернет-маркетинга», «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ», «Реклама и продвижение в интернет».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;	
ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Знает: Методы исследования спроса в он-лайн и офф-лайн среде
	Знает: Формы и типы реакции рынка на маркетинговые действия
	Умеет: Использовать инструменты исследования спроса в он-лайн и офф-лайн среде
	Умеет: Составлять алгоритмы анализа состояния рынка и спроса в он-лайн и офф-лайн среде
	Трудовое действие: Проведение исследований состояния рынка и спроса в он-лайн и офф-лайн среде
	Трудовое действие: Проведение анализа динамики и устойчивости развития рынка
	Трудовое действие: Проектирование взаимодействия посетителя с сайтом

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре для очной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
					СРС	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Рыночные исследования: принципы и методы.	8	2	-	2	4
2.	Исследования динамики и устойчивости развития рынка	22	4	-	6	12
3.	Анализ реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации.	26	4	-	8	14
4.	Конкурентный анализ.	26	4	-	8	14
5.	Анализ покупательского поведения.	28	4	-	10	14
	<i>Итого:</i>	110	18	-	34	58
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Рыночные исследования: принципы и методы.	11	1	-	2	8
2.	Исследования динамики и устойчивости развития рынка	20	2	-	4	14
3.	Анализ реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации.	25	3	-	6	16
4.	Конкурентный анализ.	26	2	-	6	18
5.	Анализ покупательского поведения.	28	4	-	6	18
	<i>Итого:</i>	110	12	-	24	74
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

А.В. Омеляненко

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.О.29 Профессиональные компьютерные программы

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций в области современных информационно-коммуникационных технологий, необходимых для использования профессиональных компьютерных программ, современных программных продуктов, направленных на решение маркетинговых задач.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний терминологии, структуры, видов современных компьютерных программ, направленных на решение профессиональных задач в области маркетинга;
- освоение алгоритмов сбора, обработки и анализа данных в специализированной маркетинговой программе STATISTICA;
- развитие навыков работы с маркетинговой информацией на основе использования современных программных продуктов;
- создание условий для формирования навыков сбора, обработки и оформления результатов анализа маркетинговой информации;
- приобретение навыков интерпретации полученных таблиц, диаграмм и графиков в ходе обработке маркетинговой информации в STATISTICA.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на третьем курсе по очной и на третьем курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» базируется на дисциплинах «Компьютерный практикум», «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» и имеет логическую связь с дисциплинами «Маркетинг», «Статистика», «Рыночные исследования и анализ данных». В свою очередь дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» является базой для изучения таких дисциплин как «Веб-аналитика», «Методы анализа и прогнозирования спроса».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	
ИОПК-5.3. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Знает: Основные виды современных компьютерных программ, их возможности работы с маркетинговой информацией
	Знает: Порядок и методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
	Умеет: Преобразовывать маркетинговую информацию с помощью программных продуктов
	Умеет: Выполнять основные виды статистического анализа и интерпретировать их результаты с использованием профессиональных компьютерных программ
	Трудовое действие: Анализ и прогнозирование маркетинговой, рекламной, коммерческой деятельности.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Трудовое действие: Оформление отчетов и результатов маркетинговых исследований с использованием современных компьютерных программ

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность, характеристики, виды современных компьютерных программ, их возможности и ограничения по обработке и анализу маркетинговой информации.	8	2		2	4
2.	Методы сбора маркетинговой информации и планирование выборки.	10	2		4	4
3.	Формирование исходной базы данных.	14	2		4	8
4.	Первичная обработка маркетинговой информации с использованием описательной статистики, частотного и дисперсионного анализа.	10	2		4	4
5.	Основные методы статистического анализа маркетинговой информации.	12	2		4	6
6.	Факторный анализ и создание новых переменных.	12	2		4	6
7.	Кластерный и дискриминантный анализ.	12	2		4	6
8.	Методы прогнозирования маркетинговой деятельности с помощью специальных программных средств.	12	2		4	6
9.	Визуализация результатов анализа: таблицы, диаграммы и графики.	12	2		4	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>98,8</i>	<i>18</i>		<i>34</i>	<i>49,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор

Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

**Аннотация к рабочей программы
дисциплины
Б1.О.30 «Налоги и налогообложение»**
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 4 зачетных единицы

Цель дисциплины: изучение налогов, как целостной системы, особенностей исчисления налогооблагаемой базы, установления ставок и льгот и возможностей их рационального использования, изъятия налогов в бюджет, а также формирование у студентов систематизированных, углубленных знаний о теоретических основах и принципах налогообложения, системе налогов в Российской Федерации, роли налогов в формировании доходной части государственного бюджета и влияние системы налогообложения на развитие торговых отношений и другие сферы жизни и деятельности человека.

Задачи дисциплины:

- дать студентам представление о теоретических и методологических основах налоговой системы Российской Федерации, формировании и изменениях в ее структуре, всех видах налогов и сборов, уплачиваемых предприятиями и организациями на территории Российской Федерации;
- помочь студентам сформировать способность понимать, что налоги;
- это не только историческое и экономическое явление, существовавшее во всех обществах, но и объективно необходимое явление в любом обществе, обеспечивающее его развитие и совершенствование;
- научить студентов использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- показать социальную значимость своей будущей профессии;
- на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы научить студентов рассчитывать налоги;
- сформировать компетенции в области налогов и налогообложения.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Налоги и налогообложение» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается в 6-м семестре по очной и по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Налоги и налогообложение» опирается на знания и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплин: «Экономика организаций», «Статистика», «Микроэкономика», «Экономика отраслевых рынков».

Дисциплина «Налоги и налогообложение» предшествует изучению дисциплин: «Методы анализа и прогнозирования спроса в розничной торговле», «Управление каналами распределения и поставок розничного торгового предприятия», «Розничная торговля», «Продуктовая и ассортиментная политика торгового предприятия» и др.

Дисциплина «Налоги и налогообложение» имеет самостоятельное значение, является теоретической и практической основой для прохождения производственной практики, написания выпускной работы и дальнейшей практической деятельности студентов.

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
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.6	Знает действующую законодательную и нормативную базу, регулирующую

Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно- управленческих решений в профессиональной деятельности	налоговые отношения в РФ, основные элементы налогов и сборов Знает порядок расчета и уплаты конкретных налогов и сборов РФ Знает методы финансово-экономического обоснования оптимальных организационно-управленческих решений в области налогов и налогообложения
	Умеет рассчитывать отдельные виды налогов, сборов и страховых взносов Умеет рассчитывать конкретные виды налогов и сборов РФ в контексте принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности Умеет использовать полученные знания для принятия организационно-управленческих решений с учетом налогового фактора с целью оптимизации налоговой нагрузки
	Осуществляет трудовые действия по налоговым расчетам Осуществляет оценку налоговой нагрузки на бизнес при принятии организационно-управленческих решений Имеет навыки финансово-экономического обоснования оптимальных организационно-управленческих решений в области налогов и налогообложения

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Содержание дисциплины (ОФО):

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеад. работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Понятие налогов и сборов, классификация, функции налогов, экономические, юридические, организационные основы налогов	7	2	1		4
2	Налог на прибыль организаций	10	4	2		4
3	Налог на добавленную стоимость	11	4	2		5
4	Акцизы	6	2	1		3
5	Налог на доходы физических лиц	9	4	1		4
6	Налог на имущество организаций	7	2	1		4
7	Налог на игорный бизнес	8	2	1		5
8	Транспортный налог	8	2	1		5
9	Упрощенная система налогообложения	8	2	1		5
10	Патентная система налогообложения	7	2	1		4
11	Водный налог	8	2	1		5
12	Налог на добычу полезных ископаемых	7	2	1		4
13	Таможенные пошлины	7	2	1		4

14	Налогообложение в офшорных зонах	7	2	1		4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	110	34	16	-	60
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6-м семестре (*очно-заочная форма обучения*)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеад. работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Понятие налогов и сборов, классификация, функции налогов, экономические, юридические, организационные основы налогов	8	2	1		5
2	Налог на прибыль организаций	10	3	1		6
3	Налог на добавленную стоимость	10	3	1		6
4	Акцизы	8	2	1		5
5	Налог на доходы физических лиц	10	3	1		6
6	Налог на имущество организаций	8	2	1		5
7	Налог на игорный бизнес	6,5	1	0,5		5
8	Транспортный налог	8	2	1		5
9	Упрощенная система налогообложения	8	1	1		6
10	Патентная система налогообложения	6,5	1	0,5		5
11	Водный налог	6,5	1	0,5		5
12	Налог на добычу полезных ископаемых	7	1	1		5
13	Таможенные пошлины	7	1	1		5
14	Налогообложение в офшорных зонах	6,5	1	0,5		5
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	110	24	12	-	74
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор

д.э.н., профессор кафедры ЭАСиФ А.А. Гаврилов

Аннотация к рабочей программе дисциплины

« Б1.О.ДЭ.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту » (код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 328 часов.

Цель дисциплины: Достижение и поддержание должного уровня физической подготовленности для полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование умения рационально использовать средства и методы физической культуры и спорта для поддержания должного уровня физической подготовленности, профилактики профессиональных заболеваний;
- целенаправленное развитие физических качеств и двигательных способностей, необходимых для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- формирование и совершенствование профессионально-прикладных двигательных умений и навыков;
- повышение функциональной устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов внешней среды и специфических условий трудовой деятельности;
- формирование способности организовать свою жизнь в соответствии с социально значимыми представлениями о здоровом образе жизни.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина « Элективные дисциплины по физической культуре и спорту » относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины по выбору" учебного плана.

К перечню предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения относится дисциплина «Физическая культура и спорт», которая относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

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
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.	
ИУК-7.2. Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры.	Знает: <ul style="list-style-type: none">– научно - практические основы физической культуры и спорта, профессионально - прикладной физической подготовки, обеспечивающие готовность к достижению и поддержанию должного уровня физической подготовленности;– влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;– способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;– основы планирования и проведения индивидуальных занятий различной целевой направленности. Умеет: <ul style="list-style-type: none">– целенаправленно использовать средства и методы физической культуры и спорта для повышения и поддержания уровня физической подготовки и профессионально - личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа жизни;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> – планировать и проводить занятия по физической культуре оздоровительной направленности с учетом особенностей профессиональной деятельности; – выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры, а также комплексы физических упражнений различной целевой направленности.
	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; – навыками организации и методикой проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями различной целевой направленности; – владеет двигательными умениями и навыками избранного вида спорта или системы физической подготовки для поддержания должного уровня физической подготовленности.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная			
		1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	3 семестр (часы)	4 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	140	34	36	34	36
занятия лекционного типа	–	–	–	–	–
лабораторные занятия	–	–	–	–	–
практические занятия	140	34	36	34	36
семинарские занятия	–	–	–	–	–
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	–	–	–	–	–
Промежуточная аттестация (ИКР)	–	–	–	–	–
Самостоятельная работа, в том числе:	188	48	46	48	46
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение материала учебников и учебных пособий, проработка и повторение практического материала, подготовка к практическим занятиям)	188	48	46	48	46
Подготовка к текущему контролю	–	–	–	–	–
Контроль:					
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.	328	82	82	82
	в том числе контактная работа	140	34	36	36
	зач. ед	–	–	–	–

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Авторы: ст. преподаватель И.В. Решетников

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)
Б2.В.2.01.01 Торгово-экономическая практика
Объем трудоемкости: 21 зачетная единица

Цель практики

Торгово-экономическая практика является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью торгово-экономической практики является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения комплекса мероприятий и процедур, направленных на поиск, постановку, исследование и решение актуальной практической проблемы маркетинговой или иной сопряженной деятельности предприятия, группы предприятий, отрасли реальной сферы экономики на основе научных подходов и принципов, освоенных в процессе изучения теоретических дисциплин.

Торгово-экономическая практика предусматривает реализацию организационно-управленческого, научно-исследовательского и проектного видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

Задачи практики

В ходе торгово-экономической практики решаются следующие задачи:

закрепление профессионального опыта выявления, постановки, анализа и решения актуальных проблем маркетинговой деятельности торговых и иных предприятий реальной сферы в процессе выполнения профессиональных функций непосредственно на рабочем месте;

конкретизация целей и задач выпускной квалификационной работы применительно к актуальной проблеме практической маркетинговой деятельности торгового предприятия;

практическая адаптация и конкретизация научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и предварительно сформированной в ходе научно-исследовательской работы и практики теоретической концепцией выпускной квалификационной работы;

адаптация выбранной методики изучения проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования

сбор, обработка, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

предварительная разработка аналитических выводов по результатам исследования, формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы ВКР;

промежуточная практическая апробация предлагаемого комплекса мероприятий посредством представления руководителям и специалистам предприятия, прогнозная оценка эффектов от его реализации.

Цели и задачи преддипломной практики полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы: научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практики учитывает состояние здоровья обучающегося, а также требования по доступности и

безопасности процесса работы на предприятии. При заключении договоров по практике с предприятиями возможность прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья оговаривается предварительно.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Торгово-экономическая практика относится к обязательной части Блока 2 «Практика», является обязательным элементом ООП подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим завершением процесса теоретического изучения дисциплин учебного плана ООП и практического закрепления полученных знаний в ходе комплекса учебных и производственных практик различного содержания на действующих предприятиях коммерческой сферы, служит основой для завершающей реализации набора общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Тип (форма) и способ проведения практики

Способ проведения практики в соответствии с ФГОС ВО и ООП – стационарный или выездной.

Торгово-экономическая практика проходит в самостоятельно выбранной студентом организации в соответствии с направленностью (профилем) ООП, либо организации, предоставляемой кафедрой из имеющихся баз практик по желанию студента, оформленному в виде заявления.

Торгово-экономическая практика в соответствии с указанной спецификой проводится преимущественно на предприятиях, занимающихся оптовой и розничной реализацией товаров и услуг конечного и производственного потребления, с которыми заключены договоры на проведение практики. Стационарная форма практики на базе обучающей организации применяется лишь в отдельных случаях, когда это обусловлено особенностями научно-исследовательской деятельности обучающегося.

Руководство практикой на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций – баз практик. Руководителями торгово-экономической практики обучающихся от обучающей организации являются преподаватели – научные руководители ВКР.

Руководитель практики от вуза обеспечивает научно-методическое руководство и контроль за выполнением плана практики; руководитель практики от предприятия организует проведение практики студентов в полном соответствии с согласованной программой и планом прохождения практики. По итогам практики студент должен представить и защитить отчет в сроки, установленные Вузом.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения торгово-экономической практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
	ПК-1. Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции

ИПК-1.6. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные принципы и подходы разработки и применения экономико-математических моделей в исследовании и анализе процессов и тенденций; Основные направления развития и совершенствования торгово-розничной деятельности предприятия в рамках выбранной стратегии;</p>
	<p>Уметь: Применять методы статистического анализа и моделирования социально-экономических процессов; Формировать набор мероприятий и обосновывать их реализацию для развития и совершенствования деятельности предприятия, разрабатывать комплекс маркетинговых стратегий организации; Ставить проблему и формулировать цели исследования;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовыми инструментами математического моделирования изучаемых процессов при решении профессиональных проблем; Первичным опытом участия в разработке и реализации проектов стратегического развития и совершенствования коммерческой, маркетинговой, рекламной деятельности предприятия;</p>
<p>ПК-2. Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	
ИПК-2.9. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Базовые принципы и подходы научного познания; Логику и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере; Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования;</p>
	<p>Уметь: Осуществлять предварительный поиск и осмысление накопленных научных знаний в изучаемой проблемной области, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, а также аргументировано представлять и отстаивать собственные выводы в рамках профессиональной деятельности; Находить, систематизировать и критически анализировать публикации отечественных и зарубежных авторов по изучаемой проблеме;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками систематизации и целесообразного применения данных для выработки выводов и рекомендаций по той или иной анализируемой проблеме в профессиональной деятельности;</p>
<p>ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	
ИПК-3.18. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Базовые методы обработки и анализа данных; Актуальные теоретические концепции, направления и тенденции развития инновационных подходов и методов развития маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы;</p>
	<p>Уметь: Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия; Формировать коммуникационные инструменты взаимодействия с потребителями на основе современных информационных технологий;</p>

	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовым опытом разработки и обоснования инновационных продуктов и маркетинговых нововведений на основе научных исследований проблем функционирования предприятий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной); Методами и инструментами обработки информации, собранной на предприятии в ходе практики;</p>
<p>ПК-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	
<p>ИПК-4.17. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные направления и виды информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятия для будущей разработки проектов; Основные принципы реализации проектов в области профессиональной деятельности; Основные направления бизнес-проектирования и оценки их эффективности</p>
	<p>Уметь: Проводить в рамках реализации проектов комплексный ситуационный анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия на практике; Использовать результаты профессиональной деятельности для разработки маркетинговых мероприятий в рамках ВКР; Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Методами и инструментами стратегического анализа предприятия в практической деятельности для разработки комплексных стратегических решений в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной); Методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности</p>

Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 21 зач. ед. (756 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики 2 недели. Время проведения практики - 8 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	8
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	-	-	-	-	10
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	-	-	-	-	620
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	-	-	-	-	118
Консультации по составлению отчета и аттеста-	-	-	-	-	8

ция обучающегося по практике					
Общая трудоемкость	час	-	-	-	756
	зач. ед.	-	-	-	21

Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

Форма проведения аттестации – зачет.

Авторы:

Костецкий А.Н., канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой. маркетинга и торгового дела

Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Б2.О.01.01 (У) Ознакомительная практика

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель практики

Ознакомительная практика является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью ознакомительной практики является формирование у обучающегося образовательной программы бакалавриата первичных профессиональных умений и навыков в реальных условиях функционирования предприятия выбранной сферы экономической деятельности в соответствии с направлением подготовки «Торговое дело» на основе базовых теоретических знаний, полученных на первом этапе профессионального обучения.

Конкретными целями ознакомительной практики являются:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения базовых экономических дисциплин;

получение первичного опыта работы и взаимодействия в трудовом коллективе предприятия избранной сферы деятельности, соответствующей направлению 38.03.06 «Торговое дело»;

формирование базовой профессиональной культуры и деловых качеств обучающегося в реальных условиях действующего предприятия.

Ознакомительная практика предусматривает реализацию научно-исследовательского вида профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

Задачи практики

В ходе ознакомительной практики решаются следующие задачи:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения базовых экономических дисциплин, в процессе изучения внутренней и внешней среды функционирования предприятия-базы практики;

ознакомление с типовыми правилами внутреннего распорядка, требованиями к трудовой дисциплине, правилами и нормами техники безопасности, иными регламентами, действующими на предприятии;

изучение системы правового регулирования деятельности предприятий в выбранной сфере деятельности, анализ нормативно-правовых документов, регулирующих деятельность предприятия-базы практики;

изучение организационно-управленческой структуры предприятия, основных функций и методов управления;

изучение основных технико-технологических и управленческих процессов функционирования предприятия; определение места маркетинговых и сбытовых подразделений в системе функционирования предприятия;

изучение организации делопроизводства и документооборота в организации, положений о структурных подразделениях предприятия и должностных инструкций сотрудников подразделения, в котором проходит практику обучающийся;

изучение основных направлений деятельности предприятия на рынке, направлений и сфер торговли и сбыта товаров или услуг, территориальных и отраслевых масштабов функционирования, целевых рынков и потребителей, конкурентов, бизнес-партнеров;

формирование целостного представления о структуре предприятия, организации и технологии производства, основных бизнес-процессах и функциях производственных, экономических и управленческих подразделений, а также умения выявлять проблемные зоны и формулировать проблемы, требующие решения в коммерческой, маркетинговой, сбытовой, торгово-посреднической деятельности анализируемого предприятия;

получение первичных профессиональных умений и навыков выполнения порученных заданий и функций в области коммерческой деятельности, маркетинга, сбыта, торгово-посреднической деятельности непосредственно на рабочем месте;

получение опыта и навыков адаптации к новой социальной среде, освоения норм корпоративного поведения; эффективного взаимодействия и коммуникации с работниками всех уровней, и подразделений предприятия, умения адекватно реагировать на конфликтные ситуации;

получение умений и навыков постановки личных и профессиональных целей, планирования своего времени, саморганизации, самоконтроля и саморазвития в профессиональной деятельности;

формирование умений и навыков системного проблемно-аналитического представления собранной и обобщенной информации в виде комплексного отчета о проделанной работе;

получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, связанных с выбором направлений и тем научных исследований.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Ознакомительная практика относится к обязательной части Блока 2 «Практика», является обязательным элементом ООП подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим продолжением дисциплины базовой части учебного плана «Общая экономическая теория» и вариативной «Торгово-коммерческая деятельность» и служит основой для последующего изучения обязательных дисциплин и дисциплин из части, формируемой участниками образовательных отношений, прохождения торгово-экономической практики, а также формирования профессиональной компетентности в профессиональной области организационно-управленческой и аналитической деятельности.

Тип (форма) и способ проведения практики

Способ проведения ознакомительной практики в соответствии с ФГОС ВО и ООП – стационарный или выездной.

Руководство ознакомительной практикой на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций – баз практик.

Ознакомительная проходит в самостоятельно выбранной студентом организации, либо организации, предоставляемой университетом из имеющихся баз практик по желанию студента, оформленному в виде заявления. Практика может проводиться и в структурных подразделениях Университета.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения ознакомительной практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направ-

лению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	
ИОПК 1.4.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные принципы и подходы к оценке эффективности управления маркетинговой и сбытовой деятельностью предприятий в сфере розничной торговли товарами и услугами; Основные принципы и направления правового регулирования деятельности предприятий коммерческой сферы;</p>
	<p>Уметь: Соотносить теоретические знания менеджмента и маркетинга с реальной деятельностью предприятия и адаптировать эти знания к решению практических проблем повышения эффективности результатов рыночной деятельности; Оценивать степень актуальности и достоверности собранных данных;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Адаптированными и закрепленными в условиях реального предприятия навыками выполнения основных профессиональных функций маркетинговой, сбытовой и иной клиентоориентированной деятельности с учетом разнообразных требований целесообразности и эффективности функционирования в сфере торговли товарами и услугами; Способами оперативного поиска, отбора и квалифицированного применения информации в профессиональных целях;</p>
ОПК-2.Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	
ИОПК 2.5.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные социальные принципы и нормы морально-этичного поведения и эффективного взаимодействия в трудовом коллективе; Основные методы сбора, хранение, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью;</p>
	<p>Уметь: Адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации; Находить и квалифицированно применять нормативно-правовые документы при решении поставленных профессиональных задач;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия; Базовыми методами хранения и защиты информации от несанкционированного использования с учетом основных требований информационной безопасности;</p>
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	
ИОПК 3.5.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основы самодисциплины, планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития; Базовые методы и технологии компьютерной обработки профессиональной информации;</p>

	<p>Уметь: Адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности; Оценивать правомерность предпринимаемых действий и реализуемых мероприятий в личной и профессиональной сфере;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Навыками составления собственного плана работы на определенный период, способностью распределять свое время в течении дня и оценивать его эффективность; Навыками поиска необходимой нормативно-правовой информации, её понимания, систематизации и квалифицированного использования с соблюдением действующего законодательства, и требований нормативных документов;</p>
<p>ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</p>	
<p>ИОПК 4.7.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные принципы и механизмы функционирования торговых предприятий, базовые методы оценки эффективности профессиональной деятельности на основе умения воспринимать информацию; Базовые принципы и подходы научного познания;</p>
	<p>Уметь: Выявлять проблемы и формулировать цели их решения в профессиональной и личной сфере; Проводить комплекс мероприятий по сбору, хранению, обработке и анализу информации об экономической деятельности предприятия-базы практики;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Методами адаптации к новым и текущим ситуациям, способам переоценки накопленного и полученного опыта в течение учебного процесса; Навыками комплексного представления и презентации результатов сбора, обработки и анализа информации по проблемам функционирования предприятия;</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	
<p>ИОПК 5.4.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные направления деятельности, базовую организационно-управленческую структуру, особенности и функции главных подразделений, направленные на решение стандартных задач, систему информационных технологий и баз данных предприятия и способы защиты информации; Логику и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере;</p>
	<p>Уметь: Использовать вторичные и первичные информационные источники, и каналы поиска профессиональной информации, осуществлять их библиографическое описание и систематизацию; Ставить проблему и формулировать цели исследования;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками построения системы целей индивида или организации;</p>
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	

ИОПК 6.3.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Знать: Основной набор и способы нахождения нормативных документов, регламентирующих маркетинговую и сбытовую деятельность предприятия-базы практики; Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования; Базовые методы обработки и анализа данных
	Уметь: Применять стандартные программные продукты и технологии в сборе, систематизации и обработке профессиональных данных; Осуществлять предварительный поиск и осмысление накопленных научных знаний в изучаемой проблемной области, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, а также аргументировано представлять и отстаивать собственные выводы в рамках профессиональной деятельности
	Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками систематизации и целесообразного применения данных для выработки выводов и рекомендаций по той или иной анализируемой проблеме в профессиональной деятельности

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики 2 недели. Время проведения практики - 5 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5	6	7	8	
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	8	8	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	80	80	-	-	-	
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	16	16				
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	4	4	-	-	-	
Общая трудоёмкость	час	108	108	-	-	-
	зач. ед.	3	3	-	-	-

Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

Форма проведения аттестации – зачет.

Авторы:

Костецкий А.Н., канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой. маркетинга и торгового дела

Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.

Б3.01.01 ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц по очной форме обучения и 3 зачетные единицы по очно-заочной форме обучения

Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, требованиям профессиональных стандартов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- систематизация и закрепление знаний и умений обучающегося при решении конкретных профессиональных задач;
- определение уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе;
- оценка понимания современных тенденций развития коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности;
- оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинговой деятельности торгового предприятия, готовности применения этих знаний при решении конкретных практических задач;
- формирование мотивации выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы относится к государственной итоговой аттестации учебного плана.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ, является обязательной итоговой аттестацией обучающихся.

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация призвана определить степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем областям и сферам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «электронная коммерция и интернет-маркетинг»:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;

ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;

ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции

ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики

ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ

ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ

Распределение трудоёмкости ГИА по видам работ

Общая трудоёмкость подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы составляет 6 зачетных единиц (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего	Форма обучения
------------	-------	----------------

	часов	очная		очно-заочная	заочная
		X семестр (часы)	8 семестр (часы)		
Контактная работа, в том числе:			20	20	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					
Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			20	20	
Самостоятельная работа, в том числе:			196	88	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)			35	20	
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы			60	30	
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы			80	20	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)			21	18	
Общая трудоемкость	час.		216	108	
	в том числе контактная работа		20	20	
	зач. ед		4	4	

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание выпускной квалификационной работы выпускника и ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ОП ВО представлена в таблице:

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях

	<p>поставленной задачи</p>	<p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p>	<p>научных изданий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
<p>2</p>	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
3	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность

		<p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
4	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности; Знает способы решения поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
5	<p>ИУК-2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

		<p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
6	<p>ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов; Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР

			<p>в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
7	<p>ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений; Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем
		<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы</p> <p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</p>	

			<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
8	<p>ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем
		<p>Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе;</p>	

		<p>Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды.</p>	<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
9	<p>ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность
		<p>Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия;</p> <p>Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p>	

			<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
10		<p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке.</p>	
		<p>Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации;</p> <p>Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета.</p>	

		<p>Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характер.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
11	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p> <hr/> <p>Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения от цели и условий партнерства; Владеет способностью выбирать язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.</p>	<p>предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
12	<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p>	

		<p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>	<p>предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
13	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении
		<p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p>	

		<p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>	<p>результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
14	<p>ИУК-5.2 Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p>	

		<p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия; Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
15	<p>ИУК-5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития; Знает историю становления и развития государственности.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p>

		<p>Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории;</p> <p>Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
16	<p>ИУК-5.4</p> <p>Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе;</p> <p>Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении
		<p>Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач;</p> <p>Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп</p>	

		<p>Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>	<p>результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
17	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <hr/> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы,

		<p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>	<p>в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
18	<p>ИУК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <hr/> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей; Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-

			<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
19	<p>ИУК-7.1 Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности; Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов; Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа

		<p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста; Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	<p>данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни; Владеет навыками соблюдения и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности</p>	
20	<p>ИУК-7.2 Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам; Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
21	<p>ИУК-8.1</p> <p>Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
		<p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать</p>	

		<p>способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p>	<p>в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
22	<p>ИУК-8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа

		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p>	<p>данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации; Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при р</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
23	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

	здоровья и инвалидами	<p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;</p> <p>Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
--	-----------------------	---	--

		<p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыки взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
24	<p>ИУК-10.1</p> <p>Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и

		<p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
25	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность;</p> <p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
		<p>Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами;</p> <p>Умеет обосновывать принятие экономических решений</p>	

		<p>Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
26	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции;</p> <p>Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
27	<p>ИОПК-1.1</p> <p>Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28	<p>ИОПК-1.2</p> <p>Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия</p>		<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

29	<p>ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торговой, экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах</p>	<p>поведения потребителей. Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
30	<p>ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
31	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения</p>	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>
32			

	достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.	в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
33	ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели. Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
34	ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
35	ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в	

		<p>профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>	
36	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
37	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	<p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию,</p>	

38	ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне	вести переговоры с поставщиками товаров. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
39	ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли.	– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
40	ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
41	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания. Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий,	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
42	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгового-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие	совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами. Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность

	решения в профессиональной деятельности	ассортимент. Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом. Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей. Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.	обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
43	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии		
44	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов		
45	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
46	ИОПК-4.6 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
47	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
48	ИОПК-5.1 Применяет базовые	Знает структуру технической документации,	– апробация результатов

	компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.	исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
49	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	Умеет Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности.	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
50	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
51	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
52	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
53	ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для	виды и требования к оформлению коммерческой	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

	решения поставленных задач	документации. Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
54	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
55	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
56	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
57	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Основными показателями качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	
58	ИПК-1.4 Формирует предложения по	Основными положениями правовых нормативных	

	совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
59	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. 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.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
60	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации; правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования

		методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения	
61	ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию.</p> <p>Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
62	ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		
63	ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
64	ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
65	ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
66	ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения		

	<p>партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p>		
67	<p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p>		
68	<p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p>		
69	<p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>		
70	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
71	<p>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p>		
72	<p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии</p>		

	продвижения торговой компании	Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний	в практику деятельности предприятия;
73	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
74	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
75	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.	– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
76	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.	– отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
77	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде	– содержательное качество методической части ВКР;
78	ИПК-3.9 Идентифицирует	Анализирует эффективность рекламных кампаний	– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;
			– уровень теоретической проработки проблемы исследования

	<p>основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия</p>		
79	<p>ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера</p>		
80	<p>ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>		
81	<p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p>		
82	<p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p>		
83	<p>ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении</p>		

	<p>потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>		
84	<p>ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности</p>		
85	<p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p>		
86	<p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p>		
87	<p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>		
88	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p>	<p>Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.</p> <p>Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями,</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
89	<p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты</p>		

	и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями	<p>предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
90	ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития	
91	ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива.	
92	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.	
93	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний	
94	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и	Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях. Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	

	реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	<p>Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений</p> <p>навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере;</p> <p>основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы</p> <p>Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий</p> <p>Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.</p>	
95	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
96	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
97	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин		
98	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
99	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия		

100	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия		
101	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде		
102	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга		
103	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров		
104	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

Авторы: Костецкий А.Н., Муратова А.Р.

Б3.01.02 ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, требованиям профессиональных стандартов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Задачи ГИА:

- систематизация и закрепление знаний и умений обучающегося при решении конкретных профессиональных задач;
- определение уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе;
- оценка понимания современных тенденций развития коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности;
- оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинговой деятельности торгового предприятия, готовности применения этих знаний при решении конкретных практических задач;
- формирование мотивации выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков

Место ГИА в структуре образовательной программы

Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы относится к государственной итоговой аттестации учебного плана.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ, является обязательной итоговой аттестацией обучающихся.

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация призвана определить степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем областям и сферам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «электронная коммерция и интернет-маркетинг»:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;

ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;

ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции

ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики

ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ

ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ

Распределение трудоёмкости ГИА по видам работ

Общая трудоёмкость защиты выпускной квалификационной работы составляет 3 зачетные единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная	очно-заочная	заочная	
		X	8	9	X

		семестр (часы)	семестр (часы)	семестр (часы)	курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			0,5	0,5	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					
Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,5	0,5	
Самостоятельная работа, в том числе:			107,5	107,5	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)					
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы					
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы			80	80	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)			27,5	27,5	
Общая трудоемкость	час.		108	108	
	в том числе контактная работа		0,5	0,5	
	зач. ед		3	3	

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание выпускной квалификационной работы выпускника и ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ОП ВО представлена в таблице:

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях

	<p>поставленной задачи</p>	<p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p>	<p>научных изданий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
<p>2</p>	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
3	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность

		<p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
4	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности; Знает способы решения поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
5	<p>ИУК-2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

		<p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
6	<p>ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов; Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР

			<p>в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
7	<p>ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений; Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем
		<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы</p> <p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</p>	

			<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
8	<p>ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем
		<p>Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе;</p>	

		<p>Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды.</p>	<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
9	<p>ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность
		<p>Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия;</p> <p>Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p>	

			<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
10	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
		<p>Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета.</p>	

		<p>Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характер.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
11	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p> <hr/> <p>Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения от цели и условий партнерства; Владеет способностью выбирать язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.</p>	<p>предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
12	<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p>	

		<p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>	<p>предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
13	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении
		<p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p>	

		<p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>	<p>результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
14	<p>ИУК-5.2 Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия; Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
15	<p>ИУК-5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития; Знает историю становления и развития государственности.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p>

		<p>Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории;</p> <p>Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
16	<p>ИУК-5.4</p> <p>Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе;</p> <p>Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении
		<p>Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач;</p> <p>Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп</p>	

		<p>Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>	<p>результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
17	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <hr/> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы,

		<p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>	<p>в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
18	<p>ИУК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <hr/> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей; Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-

			<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
19	<p>ИУК-7.1 Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности; Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов; Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа

		<p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста; Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	<p>данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни; Владеет навыками соблюдения и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности</p>	
20	<p>ИУК-7.2 Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам; Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
21	<p>ИУК-8.1</p> <p>Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
		<p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать</p>	

		<p>способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p>	<p>в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
22	<p>ИУК-8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа

		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p>	<p>данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
		<p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации; Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при р</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
23	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

	здоровья и инвалидами	<p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;</p> <p>Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-</p>
--	-----------------------	---	--

		<p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыки взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - объекте исследования - отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; - отзыв научного руководителя о выполнении ВКР - содержательное качество методической части ВКР; - соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; - уровень теоретической проработки проблемы исследования
24	<p>ИУК-10.1</p> <p>Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. - доклад и презентация по материалам ВКР; - комплексность обоснованность выводов и

		<p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
25	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность;</p> <p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
		<p>Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами;</p> <p>Умеет обосновывать принятие экономических решений</p>	

		<p>Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
26	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

		<p>Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции;</p> <p>Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
27	<p>ИОПК-1.1</p> <p>Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28	<p>ИОПК-1.2</p> <p>Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия</p>		<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

29	<p>ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торговой, экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах</p>	<p>поведения потребителей. Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
30	<p>ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
31	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения</p>	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>
32			

	достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.	в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
33	ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели. Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
34	ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
35	ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеть методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в	

		<p>профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>	
36	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
37	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	<p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию,</p>	

38	ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне	вести переговоры с поставщиками товаров. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
39	ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли.	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;
40	ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.	– уровень теоретической проработки проблемы исследования
41	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания. Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий,	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
42	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгового коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие	совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами. Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность

	решения в профессиональной деятельности	ассортимент. Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом. Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей. Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.	обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
43	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии		
44	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов		
45	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
46	ИОПК-4.6 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
47	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
48	ИОПК-5.1 Применяет базовые	Знает структуру технической документации,	– апробация результатов

	компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.	исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
49	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	Умеет Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности.	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
50	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
51	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
52	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
53	ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для	виды и требования к оформлению коммерческой	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

	решения поставленных задач	документации. Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
54	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
55	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
56	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
57	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Основными показателями качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	
58	ИПК-1.4 Формирует предложения по	Основными положениями правовых нормативных	

	совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
59	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. 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;	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
60	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации. Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации; правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;	– отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования

		методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения	
61	ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию.</p> <p>Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
62	ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		
63	ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
64	ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
65	ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
66	ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения		

	<p>партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p>		
67	<p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p>		
68	<p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p>		
69	<p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>		
70	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР
71	<p>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p>		
72	<p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии</p>		

	продвижения торговой компании	Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний	в практику деятельности предприятия;
73	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
74	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
75	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.	– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
76	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.	– отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
77	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде	– содержательное качество методической части ВКР;
78	ИПК-3.9 Идентифицирует	Анализирует эффективность рекламных кампаний	– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;
			– уровень теоретической проработки проблемы исследования

	<p>основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия</p>		
79	<p>ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера</p>		
80	<p>ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>		
81	<p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p>		
82	<p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p>		
83	<p>ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении</p>		

	<p>потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>		
84	<p>ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности</p>		
85	<p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p>		
86	<p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p>		
87	<p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>		
88	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p>	<p>Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.</p> <p>Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями,</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
89	<p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты</p>		

	и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями	<p>предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
90	ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития	
91	ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива.	
92	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.	
93	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний	
94	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и	Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях. Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	

	реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	<p>Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений</p> <p>навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере;</p> <p>основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы</p> <p>Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий</p> <p>Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.</p>	
95	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
96	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
97	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин		
98	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
99	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия		

100	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия		
101	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде		
102	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга		
103	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров		
104	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

Авторы: Костецкий А.Н., Муратова А.Р.

Аннотация рабочей программы дисциплины
ФТД.01 Некоммерческий маркетинг
Объём трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины «Некоммерческий маркетинг» – формирование у студентов понимания сущности концепции некоммерческого маркетинга и приобретение базовых знаний и навыков в применении маркетинговых инструментов, нацеленных на максимизацию результативности деятельности некоммерческих субъектов.

Задачи дисциплины могут быть уточнены следующим образом, уровень освоения дисциплины позволит студентам:

- получить представление о специфике маркетинговой деятельности некоммерческих субъектов;
- иметь системное представление о принципах симбиоза некоммерческой и коммерческой составляющих маркетинга некоммерческих организаций;
- познакомиться с организационно-правовыми формами функционирования некоммерческих организаций (НКО) в российской и зарубежной практике;
- знать содержательную характеристику комплекса некоммерческого маркетинга;
- понимать значение интегрированного подхода при реализации маркетинговых коммуникаций некоммерческих организаций;
- иметь системное представление об особенностях работы некоммерческих организаций с потенциальными спонсорами по привлечению финансовых ресурсов;
- понимать роль маркетинга в повышении результативности управленческой деятельности некоммерческих субъектов;
- идентифицировать маркетинговые проблемы, разрабатывать обоснованные предложения по совершенствованию маркетинга некоммерческих организаций;
- определять перспективные направления применения инструментов некоммерческого маркетинга в деятельности российских НКО.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

«Некоммерческий маркетинг» является факультативной дисциплиной профессионального цикла ФГОС ВПО бакалавриата (ФТД.01) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль Электронная коммерция и интернет-маркетинг.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины «Некоммерческий маркетинг» предназначена для студентов третьего курса бакалавриата экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Изучение курса «Некоммерческий маркетинг» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь, проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг, маркетинговые исследования). Для освоения дисциплины студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: «Основы маркетинга», «Стратегический маркетинг», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации» и др.

Дисциплина «Некоммерческий маркетинг» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Дисциплина «Некоммерческий маркетинг» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического циклов, имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основываются на дисциплинах: «Основы маркетинга», «Маркетинг услуг», «Управление маркетингом»; «Менеджмент»; «Поведение потребителей»; «Маркетинговые коммуникации».

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- 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК- 4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга	<p><i>Знает:</i> сущность концепции некоммерческого маркетинга; специфику отдельных компонентов комплекса маркетинга некоммерческих организаций; актуальные подходы в области разработки и реализации некоммерческих проектов</p> <p><i>Умеет:</i> разрабатывать расширенный комплекс маркетинга для НКО; составлять маркетинговый план некоммерческой организации; осуществлять выбор каналов и инструментов продвижения в социальных сетях; разрабатывать программу продвижения организации/некоммерческого продукта с использованием инструментов интернет-маркетинга (сайта, поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ)</p> <p><i>Владеет:</i> специальной маркетинговой терминологией на профессиональном уровне; навыками проведения маркетинговых исследований, сбора необходимой информации для анализа деятельности организации; навыками фандрейзингового планирования в области профессиональной деятельности НКО</p>

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность концепции некоммерческого маркетинга	8	2	1		5
2.	Организационно-правовые формы некоммерческих организаций	8	2	2		4
3.	Ресурсообеспечение некоммерческих организаций	8	2	2		4
4.	Особенности маркетинговой среды некоммерческих субъектов	8	2	2		4
5.	Планирование деятельности некоммерческих организаций	8	2	2		4
6.	Комплекс некоммерческого маркетинга	8	2	2		4
7.	Сущность территориального маркетинга	8	2	2		4
8.	Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций	8	2	2		4
9.	Развитие некоммерческого маркетинга в онлайн-среде	7,8	2	1		4,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8	18	16		37,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Малкова Е.М.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«ФТД.02 Customer Experience Management»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки ____ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков в области изучения учебной дисциплины «Customer Experience Management», а также практических навыков и компетенций, необходимых для эффективного и результативного управления опытом клиентов, а также для организации и управления процессами совместного создания ценности..

Задачи дисциплины:

- Знать основные концепции экономики опыта и эмпирического маркетинга;
- Понять новые правила создания стоимости и определить основные тенденции, влияющие на взаимодействие клиента и фирмы.;
- Осознать основные изменения в поведении клиентов и ту роль, которую клиенты играют в совместном создании ценностей.;
- Иметь возможность анализировать взаимодействие между компанией и ее клиентами в каждой точке соприкосновения.;
- Понять основные принципы управления клиентским опытом;
- Описать различные типы совместного создания ценностей;
- Анализ ролей, которые участники играют в сетях обмена опытом;
- Выявление и оценка возможностей фирм по совместному созданию;
- Для оценки CX в виртуальной среде.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Customer Experience Management» относится к части, факультативных дисциплин учебного плана бакалавриата (ФТД.02) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 6 семестре 3 курса. Дисциплина «Customer Experience Management» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Иностранный язык (англ)», «Менеджмент», «Поведение потребителей», «Маркетинг». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Customer Experience Management» является базой для изучения таких дисциплин как «Методы анализа и прогнозирования спроса»,

«Формирование и управление партнёрскими отношениями», «Контент-менеджмент», «Стратегии интернет-маркетинга», «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ», «Реклама и продвижение в интернет».

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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров	Знает: Суть фундаментальных теоретических концепций клиентского опыта
	Знает: Основы концепций создания ценности и совместного создания ценности.
	Умеет: Оценивать клиентский опыт и ссылаться на ключевые показатели эффективности
	Умеет: Анализировать роли и мотивации участников проекта совместного творчества
	Трудовое действие: Проведение исследований роли и мотивации участников проекта совместного творчества
	Трудовое действие: Управляет устной и письменной коммуникацией на русском и английском языках в профессиональных и научных областях специализации

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре для очной формы обучения

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
					СРС	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Введение: Маркетинг в новой культуре опыта	6	2	2	-	2
2.	Концепция обслуживания клиентов	14	4	4	-	6
3.	Управление клиентским опытом (СЕМ)	16	4	4	-	8
4.	Вовлечение клиентов и других заинтересованных сторон в процесс совместного создания	18	4	4	-	10
5.	Влияние сообществ клиентов и маркетинга в социальных сетях (SMM) на опыт клиентов	17,8	4	2	-	11,8
	<i>Итого:</i>	71,8	18	16	0	37,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Введение: Маркетинг в новой культуре опыта	6	2	2	-	2
2.	Концепция обслуживания клиентов	14	4	4	-	6
3.	Управление клиентским опытом (СЕМ)	16	4	4	-	8
4.	Вовлечение клиентов и других заинтересованных сторон в процесс совместного создания	18	4	4	-	10
5.	Влияние сообществ клиентов и маркетинга в социальных сетях (SMM) на опыт клиентов	17,8	4	2	-	11,8
	<i>Итого:</i>	71,8	18	16	0	37,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор

А.В. Омеляненко

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор:


Хагуров Т.А.

«28» мая 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б2.О.01(У) ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: электронная коммерция
и интернет маркетинг

Форма обучения : очная, очно-заочная, заочная

Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2022

Рабочая программа практики Б2.О.01(У) ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 38.03.06 «Торговое Дело».

Программу составил(и):

А.Н. Костецкий
канд. экон. наук, доцент,
зав. кафедрой маркетинга и торгового
дела _____

Е.В. Шевченко _____
канд. экон. наук, доцент
кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа практики утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 от 22.04.2022 г.

Заведующий кафедрой _____ А.Н. Костецкий

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол УМК № 11 от 17.05.2022 г.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук. проф. _____ Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Лопарев Р.В., директор ООО «ФИНЭКСПЕРТ-АУДИТ».

Сидоров В.А., доктор экономических наук, профессор кафедры теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ».

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель практики

Ознакомительная практика является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью ознакомительной практики является формирование у обучающегося образовательной программы бакалавриата первичных профессиональных умений и навыков в реальных условиях функционирования предприятия выбранной сферы экономической деятельности в соответствии с направлением подготовки «Торговое дело» на основе базовых теоретических знаний, полученных на первом этапе профессионального обучения.

Конкретными целями ознакомительной практики являются:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения базовых экономических дисциплин;

получение первичного опыта работы и взаимодействия в трудовом коллективе предприятия избранной сферы деятельности, соответствующей направлению 38.03.06 «Торговое дело»;

формирование базовой профессиональной культуры и деловых качеств обучающегося в реальных условиях действующего предприятия.

Ознакомительная практика предусматривает реализацию научно-исследовательского вида профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

1.2. Задачи практики

В ходе ознакомительной практики решаются следующие задачи:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения базовых экономических дисциплин, в процессе изучения внутренней и внешней среды функционирования предприятия-базы практики;

ознакомление с типовыми правилами внутреннего распорядка, требованиями к трудовой дисциплине, правилами и нормами техники безопасности, иными регламентами, действующими на предприятии;

изучение системы правового регулирования деятельности предприятий в выбранной сфере деятельности, анализ нормативно-правовых документов, регулирующих деятельность предприятия-базы практики;

изучение организационно-управленческой структуры предприятия, основных функций и методов управления;

изучение основных технико-технологических и управленческих процессов функционирования предприятия; определение места маркетинговых и сбытовых подразделений в системе функционирования предприятия;

изучение организации делопроизводства и документооборота в организации, положений о структурных подразделениях предприятия и должностных инструкций сотрудников подразделения, в котором проходит практику обучающийся;

изучение основных направлений деятельности предприятия на рынке, направлений и сфер торговли и сбыта товаров или услуг, территориальных и отраслевых масштабов функционирования, целевых рынков и потребителей, конкурентов, бизнес-партнеров;

формирование целостного представления о структуре предприятия, организации и технологии производства, основных бизнес-процессах и функциях производственных, экономических и управленческих подразделений, а также умения выявлять проблемные зоны и формулировать проблемы, требующие решения в коммерческой, маркетинговой, сбытовой, торгово-посреднической деятельности анализируемого предприятия;

получение первичных профессиональных умений и навыков выполнения порученных заданий и функций в области коммерческой деятельности, маркетинга, сбыта, торгово-посреднической деятельности непосредственно на рабочем месте;

получение опыта и навыков адаптации к новой социальной среде, освоения норм корпоративного поведения; эффективного взаимодействия и коммуникации с работниками всех уровней, и подразделений предприятия, умения адекватно реагировать на конфликтные ситуации;

получение умений и навыков постановки личных и профессиональных целей, планирования своего времени, саморганизации, самоконтроля и саморазвития в профессиональной деятельности;

формирование умений и навыков системного проблемно-аналитического представления собранной и обобщенной информации в виде комплексного отчета о проделанной работе;

получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, связанных с выбором направлений и тем научных исследований.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Ознакомительная практика относится к обязательной части Блока 2 «Практика», является обязательным элементом ООП подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим продолжением дисциплины базовой части учебного плана «Общая экономическая теория» и вариативной «Торгово-коммерческая деятельность» и служит основой для последующего изучения обязательных дисциплин и дисциплин из части, формируемой участниками образовательных отношений, прохождения торгово-экономической практики, а также формирования профессиональной компетентности в профессиональной области организационно-управленческой и аналитической деятельности.

1.4. Тип (форма) и способ проведения практики

Способ проведения ознакомительной практики в соответствии с ФГОС ВО и ООП – стационарный или выездной.

Руководство ознакомительной практикой на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций – баз практик.

Ознакомительная проходит в самостоятельно выбранной студентом организации, либо организации, предоставляемой университетом из имеющихся баз практик по желанию студента, оформленному в виде заявления. Практика может проводиться и в структурных подразделениях Университета.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

1.5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения ознакомительной практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	
ИОПК 1.4.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные принципы и подходы к оценке эффективности управления маркетинговой и сбытовой деятельностью предприятий в сфере розничной торговли товарами и услугами; Основные принципы и направления правового регулирования деятельности предприятий коммерческой сферы;</p>
	<p>Уметь: Соотносить теоретические знания менеджмента и маркетинга с реальной деятельностью предприятия и адаптировать эти знания к решению практических проблем повышения эффективности результатов рыночной деятельности; Оценивать степень актуальности и достоверности собранных данных;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Адаптированными и закрепленными в условиях реального предприятия навыками выполнения основных профессиональных функций маркетинговой, сбытовой и иной клиентоориентированной деятельности с учетом разнообразных требований целесообразности и эффективности функционирования в сфере торговли товарами и услугами; Способами оперативного поиска, отбора и квалифицированного применения информации в профессиональных целях;</p>
ОПК-2.Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	
ИОПК 2.5.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные социальные принципы и нормы морально-этичного поведения и эффективного взаимодействия в трудовом коллективе; Основные методы сбора, хранение, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью;</p>
	<p>Уметь: Адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации; Находить и квалифицированно применять нормативно-правовые документы при решении поставленных профессиональных задач;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия; Базовыми методами хранения и защиты информации от несанкционированного использования с учетом основных требований информационной безопасности;</p>
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	
ИОПК 3.5.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основы самодисциплины, планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития; Базовые методы и технологии компьютерной обработки профессиональной информации;</p>

	<p>Уметь: Адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности; Оценивать правомерность предпринимаемых действий и реализуемых мероприятий в личной и профессиональной сфере;</p> <p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Навыками составления собственного плана работы на определенный период, способностью распределять свое время в течении дня и оценивать его эффективность; Навыками поиска необходимой нормативно-правовой информации, её понимания, систематизации и квалифицированного использования с соблюдением действующего законодательства, и требований нормативных документов;</p>
<p>ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</p>	
<p>ИОПК 4.7.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные принципы и механизмы функционирования торговых предприятий, базовые методы оценки эффективности профессиональной деятельности на основе умения воспринимать информацию; Базовые принципы и подходы научного познания;</p> <p>Уметь: Выявлять проблемы и формулировать цели их решения в профессиональной и личной сфере; Проводить комплекс мероприятий по сбору, хранению, обработке и анализу информации об экономической деятельности предприятия-базы практики;</p> <p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Методами адаптации к новым и текущим ситуациям, способам переоценки накопленного и полученного опыта в течение учебного процесса; Навыками комплексного представления и презентации результатов сбора, обработки и анализа информации по проблемам функционирования предприятия;</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	
<p>ИОПК 5.4.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные направления деятельности, базовую организационно-управленческую структуру, особенности и функции главных подразделений, направленные на решение стандартных задач, систему информационных технологий и баз данных предприятия и способы защиты информации; Логику и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере;</p> <p>Уметь: Использовать вторичные и первичные информационные источники, и каналы поиска профессиональной информации, осуществлять их библиографическое описание и систематизацию; Ставить проблему и формулировать цели исследования;</p> <p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками построения системы целей индивида или организации;</p>
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	

ИОПК 6.3.Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Знать: Основной набор и способы нахождения нормативных документов, регламентирующих маркетинговую и сбытовую деятельность предприятия-базы практики; Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования; Базовые методы обработки и анализа данных
	Уметь: Применять стандартные программные продукты и технологии в сборе, систематизации и обработке профессиональных данных; Осуществлять предварительный поиск и осмысление накопленных научных знаний в изучаемой проблемной области, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, а также аргументировано представлять и отстаивать собственные выводы в рамках профессиональной деятельности
	Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками систематизации и целесообразного применения данных для выработки выводов и рекомендаций по той или иной анализируемой проблеме в профессиональной деятельности

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики 2 недели. Время проведения практики - 5 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5	6	7	8	
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	8	8	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	80	80	-	-	-	
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	16	16				
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	4	4	-	-	-	
Общая трудоёмкость	час	108	108	-	-	-
	зач. ед.	3	3	-	-	-

3. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

4. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

При прохождении практики может применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении ознакомительной практики являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики.

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

- ведение дневника практики;
- оформление итогового отчета по практике.
- анализ нормативно-методической базы организации;
- анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;
- анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики;
- работу с научной, учебной и методической литературой,
- работа с конспектами лекций, ЭБС.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа,

– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе практики предусмотрено использование следующих образовательных технологий: подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Информационные технологии, применяемые при прохождении практики: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при прохождении практики – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу практики.

Форма контроля ознакомительной практики по этапам ее прохождения

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	Недели	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления плана-графика практики, формулировки индивидуальных заданий.	0	Консультации с руководителями практики от университета, заявление обучающегося, гарантийное письмо предприятия и договор по практике
	Самостоятельная работа обучающегося, в т.ч.: 2.1. Прибытие на предприятие, встреча с руководителем практики от предприятия, прохождение разрешительных процедур, включая обязательные инструктажи, оформление необходимых документов 2.2. Изучение и анализ нормативно-правовых документов, регулирующих деятельность предприятия-базы практики; 2.3. Изучение организационно-управленческой структуры предприятия, основных функций и методов управления; 2.4. Изучение организации делопроизводства и документооборота в организации, положений о структурных подразделениях предприятия и должностных инструкций сотрудников подразделения, в котором проходит практику обучающийся;	1-2	Консультации с руководителями практики от предприятия, от университета, дневник прохождения практики, части и разделы отчета по практике

	<p>2.5. Изучение основных технико-технологических и управленческих процессов функционирования предприятия; места маркетинговых и сбытовых подразделений в системе функционирования предприятия;</p> <p>2.6. Изучение основных направлений деятельности предприятия на рынке, направлений и сфер торговли и сбыта товаров или услуг, территориальных и отраслевых масштабов функционирования, целевых рынков и потребителей, конкурентов, поставщиков и бизнес-партнеров;</p> <p>2.7. Работа на конкретном рабочем месте, получение первичных профессиональных умений и навыков выполнения порученных заданий и функций в области коммерческой деятельности, маркетинга, сбыта, торгово-посреднической деятельности;</p> <p>2.8. Обобщение информации о структуре предприятия, организации и технологии производства, основных бизнес-процессах и функциях производственных, экономических и управленческих подразделений, а также выявленных проблемах коммерческой, маркетинговой, сбытовой, торгово-посреднической деятельности анализируемого предприятия;</p> <p>2.9. Выполнение индивидуальных заданий, связанных с выбранными обучающимися направлениями и темами научных исследований.</p>		
	Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	1-2	В соответствии с графиком консультаций
	Итоговые консультации и составление отчета. Защита отчета и аттестация обучающегося по практике.	По окончании периода практики	Защита отчёта руководителю практики от университета в форме собеседования

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник отзыв и др.). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

Показатели и критерии оценки отчетов по прохождению практики представлены в таблице:

Показатели, критерии и шкала оценки прохождения практики обучающимся

Показатель	Критерии	Шкала уровней
Выбор предприятия-базы практики, предварительное согласование и подтверждение, заключение договора	Соответствие направлению и профилю образовательной программы Соответствие нормативным срокам	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Разработка индивидуального задания и плана-графика практики	Соответствие нормативным срокам Понимание целей и задач практики Соответствие целям и задачам практики Наличие предварительно поставленной проблемы научного исследования для изучения на практике Наличие грамотной гипотезы, целей и задач научного исследования	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Выполнение подготовительных мероприятий, включая прохождение необходимых инструктажей и допусков	Соответствие нормативным срокам Полнота	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Соответствие требованиям к нормативно-правовому обеспечению процесса прохождения практики	Своевременное заключение договора с предприятием о прохождении практики Своевременное прохождение необходимых инструктажей и допусков Отсутствие нарушений правовых норм и правил внутреннего распорядка обучающимся	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное ведение дневника практики	Своевременность Соответствие плану-графику Отражение деятельности, связанной с поиском и обработкой необходимой профессиональной информации	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Характеристика обучающимся морально-психологического климата в коллективе на предприятии	Оценка отношения к новым членам коллектива Описание уровня удовлетворенности процессом прохождения практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение отчета	Полнота структуры и содержания Уровень квалифицированного изложения материала Наличие фактографических данных о деятельности предприятия Использование вторичных данных для изучения и анализа внешней и внутренней среды предприятия Наличие аналитических подходов и методов оценки эффективности деятельности предприятия Использование статистических данных для выявления и моделирования тенденций развития предприятия Наличие выявленных обучающимся проблем функционирования предприятия Наличие обоснованных выводов и предложений Своевременность выполнения и представления на защиту	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение задания по научно-исследовательской работе	Наличие собранных данных по проблеме научного исследования Наличие элементов методики исследования и ее апробации в реальных условиях Наличие аналитических выводов и предложений	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Отзыв руководителя практики от предприятия	Характеристика личных качеств обучающегося	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует

	Характеристика профессиональных и деловых качеств обучающегося Наличие замечаний Общая оценка	0 - не соответствует
Презентация и защита отчета	Квалифицированное изложение содержания Умение пользоваться профессиональной терминологией Описание нормативно-правовой базы деятельности предприятия-базы практики Использование количественных и качественных методов описания и исследования изученных направлений деятельности Грамотные ответы на вопросы Использование современного программного обеспечения для представления результатов практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Методика определения итоговой оценки по ознакомительной практике

Итоговая оценка	Итоговый уровень критериев по основным показателям
«Зачтено»	1. По всем основным показателям достигнутый уровень критериев - «полностью соответствует» 2. По основным показателям достигнутый уровень критериев «полностью соответствует» превышает 50 %, ни один критерий не находится в зоне «не соответствует» 3. Если уровень «полностью соответствует» ниже 50%, отчет по практике рекомендуется к защите после доработки
«Не зачтено»	Имеется хотя бы один критерий в зоне «не соответствует», который нельзя исправить путем технической доработки без повторного посещения предприятия

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468895>.

2. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. Т. Н. Парамоновой. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 283 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164>.

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2019. — 294 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>.

б) дополнительная литература:

1. Зайцев А. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» / А. Г. Зайцев, Е. В. Такмакова. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 87 с

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А. В. Коротков. – Москва: Юнити, 2015. – 303 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>.

3. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 548 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453933>

в) периодические издания:

1. «Маркетинг». Периодический журнал.

2. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал.
<http://www.mavriz.ru/>

3. «Маркетинг и маркетинговые исследования»

4. «Практический маркетинг»

5. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofi-online.ru/tema.php?page=1>

6. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения ознакомительной практики

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

1. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

2. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;

3. Российское образование. Федеральный образовательный портал.
<http://www.edu.ru/>.

4. <http://www.real-business.ru/articles/324.html> Интернет-ресурс

5. <http://www.zbiz.ru/index.php?razd=331&word=27868> Словарь бизнес-терминов

6. <http://www.training-world.ru/business/brand/317/> Интернет-ресурс

7. <http://www.glossostav.ru/word/636/> Словарь маркетинговых терминов

10.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по ознакомительной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе организации ознакомительной практики применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

При прохождении практики студент может использовать имеющиеся на кафедре маркетинга и торгового дела программное обеспечение и Интернет-ресурсы.

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

11. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Программное обеспечение: MS Windows 2007/2000/XP/NT; MS Office 2007/2000/XP, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; браузер MS Internet Explorer; 1С: Предприятие

12. Перечень информационных справочных систем:

1. Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://garant.ru/>
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://consultant.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» (www.studmedlib.ru);
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

13. Методические указания для обучающихся по прохождению ознакомительной практики

Перед началом ознакомительной практики на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

- явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;
- детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;
- явиться на место практики в установленные сроки;
- выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;
- выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;
- проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;
- выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

14. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

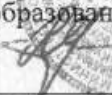
По всем видам учебной деятельности в рамках практики используются аудитории и кабинеты.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор 
_____ Хагуров Т.А.

«28» мая 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б2.В.В.01.01 ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: электронная коммерция
и интернет маркетинг

Форма обучения : очная, очно-заочная, заочная

Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2022

Рабочая программа практики Б2.В.В.01.01 (П) ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 38.03.06 «Торговое Дело».

Программу составил(и):

А.Н. Костецкий
канд. экон. наук, доцент,
зав. кафедрой маркетинга и торгового
дела _____

Е.В. Шевченко
канд. экон. наук, доцент
кафедры маркетинга и торгового дела _____

Рабочая программа практики утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 от 22.04.2022 г.

Заведующий кафедрой _____ А.Н. Костецкий

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол УМК № 11 от 17.05.2022 г.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук. проф. _____ Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Лопарев Р.В., директор ООО «ФИНЭКСПЕРТ-АУДИТ».

Сидоров В.А., доктор экономических наук, профессор кафедры теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ».

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель практики

Торгово-экономическая практика является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью торгово-экономической практики является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения комплекса мероприятий и процедур, направленных на поиск, постановку, исследование и решение актуальной практической проблемы маркетинговой или иной сопряженной деятельности предприятия, группы предприятий, отрасли реальной сферы экономики на основе научных подходов и принципов, освоенных в процессе изучения теоретических дисциплин.

Торгово-экономическая практика предусматривает реализацию организационно-управленческого, научно-исследовательского и проектного видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

1.2. Задачи практики

В ходе торгово-экономической практики решаются следующие задачи:

закрепление профессионального опыта выявления, постановки, анализа и решения актуальных проблем маркетинговой деятельности торговых и иных предприятий реальной сферы в процессе выполнения профессиональных функций непосредственно на рабочем месте;

конкретизация целей и задач выпускной квалификационной работы применительно к актуальной проблеме практической маркетинговой деятельности торгового предприятия;

практическая адаптация и конкретизация научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и предварительно сформированной в ходе научно-исследовательской работы и практики теоретической концепцией выпускной квалификационной работы;

адаптация выбранной методики изучения проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования

сбор, обработка, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

предварительная разработка аналитических выводов по результатам исследования, формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы ВКР;

промежуточная практическая апробация предлагаемого комплекса мероприятий посредством представления руководителям и специалистам предприятия, прогнозная оценка эффектов от его реализации.

Цели и задачи преддипломной практики полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы: научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практики учитывает состояние здоровья обучающегося, а также требования по доступности и безопасности процесса работы на предприятии. При заключении договоров по практике с предприятиями возможность прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья оговаривается предварительно.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Торгово-экономическая практика относится к обязательной части Блока 2 «Практика», является обязательным элементом ООП подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим завершением процесса теоретического изучения дисциплин учебного плана ООП и практического закрепления полученных знаний в ходе комплекса учебных и производственных практик различного содержания на действующих предприятиях коммерческой сферы, служит основой для завершающей реализации набора общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.4. Тип (форма) и способ проведения практики

Способ проведения практики в соответствии с ФГОС ВО и ООП – стационарный или выездной.

Торгово-экономическая практика проходит в самостоятельно выбранной студентом организации в соответствии с направленностью (профилем) ООП, либо организации, предоставляемой кафедрой из имеющихся баз практик по желанию студента, оформленному в виде заявления.

Торгово-экономическая практика в соответствии с указанной спецификой проводится преимущественно на предприятиях, занимающихся оптовой и розничной реализацией товаров и услуг конечного и производственного потребления, с которыми заключены договоры на проведение практики. Стационарная форма практики на базе обучающей организации применяется лишь в отдельных случаях, когда это обусловлено особенностями научно-исследовательской деятельности обучающегося.

Руководство практикой на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций – баз практик. Руководителями торгово-экономической практики обучающихся от обучающей организации являются преподаватели – научные руководители ВКР.

Руководитель практики от вуза обеспечивает научно-методическое руководство и контроль за выполнением плана практики; руководитель практики от предприятия организует проведение практики студентов в полном соответствии с согласованной программой и планом прохождения практики. По итогам практики студент должен представить и защитить отчет в сроки, установленные Вузом.

1.6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения торгово-экономической практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
	ПК-1. Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции

ИПК-1.6. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Основные принципы и подходы разработки и применения экономико-математических моделей в исследовании и анализе процессов и тенденций; Основные направления развития и совершенствования торгово-розничной деятельности предприятия в рамках выбранной стратегии;</p>
	<p>Уметь: Применять методы статистического анализа и моделирования социально-экономических процессов; Формировать набор мероприятий и обосновывать их реализацию для развития и совершенствования деятельности предприятия, разрабатывать комплекс маркетинговых стратегий организации; Ставить проблему и формулировать цели исследования;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовыми инструментами математического моделирования изучаемых процессов при решении профессиональных проблем; Первичным опытом участия в разработке и реализации проектов стратегического развития и совершенствования коммерческой, маркетинговой, рекламной деятельности предприятия;</p>
<p>ПК-2. Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	
ИПК-2.9. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Базовые принципы и подходы научного познания; Логику и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере; Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования;</p>
	<p>Уметь: Осуществлять предварительный поиск и осмысление накопленных научных знаний в изучаемой проблемной области, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, а также аргументировано представлять и отстаивать собственные выводы в рамках профессиональной деятельности; Находить, систематизировать и критически анализировать публикации отечественных и зарубежных авторов по изучаемой проблеме;</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Первичными навыками систематизации и целесообразного применения данных для выработки выводов и рекомендаций по той или иной анализируемой проблеме в профессиональной деятельности;</p>
<p>ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	
ИПК-3.18. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	<p>Знать: Базовые методы обработки и анализа данных; Актуальные теоретические концепции, направления и тенденции развития инновационных подходов и методов развития маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы;</p>
	<p>Уметь: Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия; Формировать коммуникационные инструменты взаимодействия с потребителями на основе современных информационных технологий;</p>

	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Базовым опытом разработки и обоснования инновационных продуктов и маркетинговых нововведений на основе научных исследований проблем функционирования предприятий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной); Методами и инструментами обработки информации, собранной на предприятии в ходе практики;</p>
<p>ПК-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	
<p>ИПК-4.17. Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Знать: Основные направления и виды информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятия для будущей разработки проектов; Основные принципы реализации проектов в области профессиональной деятельности; Основные направления бизнес-проектирования и оценки их эффективности</p>
	<p>Уметь: Проводить в рамках реализации проектов комплексный ситуационный анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия на практике; Использовать результаты профессиональной деятельности для разработки маркетинговых мероприятий в рамках ВКР; Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p>
	<p>Навык (владеет, может осуществить трудовое действие): Методами и инструментами стратегического анализа предприятия в практической деятельности для разработки комплексных стратегических решений в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной); Методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности</p>

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 21 зач. ед. (756 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики 2 недели. Время проведения практики - 8 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	8
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики,	-	-	-	-	10

формулировки индивидуальных заданий					
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	-	-	-	-	620
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	-	-			118
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	-	-	-	-	8
Общая трудоемкость	час	-	-	-	756
	зач. ед.	-	-	-	21

3. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

4. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

При прохождении практики может применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении торгово-экономической практики являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики.

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

- ведение дневника практики;
- оформление итогового отчета по практике.
- анализ нормативно-методической базы организации;
- анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;
- анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики;
- работу с научной, учебной и методической литературой,

– работа с конспектами лекций, ЭБС.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе практики предусмотрено использование следующих образовательных технологий: подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Информационные технологии, применяемые при прохождении практики: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при прохождении практики – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу практики.

Форма контроля учебной практики по этапам ее прохождения

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	Недели	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления плана-графика практики, формулировки индивидуальных заданий.	0	Консультации с руководителями практики от университета, заявление обучающегося, гарантийное письмо предприятия и договор по практике
	Самостоятельная работа обучающегося: Сбор фактического материала: характеристика предприятия; внешняя и внутренняя среда предприятия; структура предприятия; основные фонды предприятия;	1-14	Консультации с руководителями практики от предприятия, от университета, дневник про-

	технологический процесс; характеристика ассортимента; экспертиза качества готовой продукции (изделий); маркетинговая деятельность предприятия; сбытовая политика предприятия; анализ основных экономических показателей деятельности предприятия Изучение специфических аспектов в соответствии с темой исследования Выводы и рекомендации по теме исследования		хождение практики, части и разделы отчета по практике
	Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	1-14	В соответствии с графиком консультаций
	Итоговые консультации и составление отчета. Защита отчета и аттестация обучающегося по практике.	По окончании периода практики	Защита отчёта руководителю практики от университета в форме собеседования

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник отзыв и др.). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

Показатели и критерии оценки отчетов по прохождению практики представлены в таблице:

Показатели, критерии и шкала оценки прохождения практики обучающимся

Показатель	Критерии	Шкала уровней
Выбор предприятия-базы практики, предварительное согласование и подтверждение, заключение договора	Соответствие направлению и профилю образовательной программы Соответствие нормативным срокам	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Разработка индивидуального задания и плана-графика практики	Соответствие нормативным срокам Понимание целей и задач практики Соответствие целям и задачам практики Наличие предварительно поставленной проблемы научного исследования для изучения на практике Наличие грамотной гипотезы, целей и задач научного исследования	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Выполнение подготовительных мероприятий, включая прохождение необходимых инструктажей и допусков	Соответствие нормативным срокам Полнота	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Соответствие требованиям к нормативно-правовому обеспечению процесса прохождения практики	Своевременное заключение договора с предприятием о прохождении практики Своевременное прохождение необходимых инструктажей и допусков Отсутствие нарушений правовых норм и правил внутреннего распорядка обучающимся	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Квалифицированное ведение дневника практики	Своевременность Соответствие плану-графику Отражение деятельности, связанной с поиском и обработкой необходимой профессиональной информации	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Характеристика обучающимся морально-психологического климата в коллективе на предприятии	Оценка отношения к новым членам коллектива Описание уровня удовлетворенности процессом прохождения практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение отчета	Полнота структуры и содержания Уровень квалифицированного изложения материала Наличие фактографических данных о деятельности предприятия Использование вторичных данных для изучения и анализа внешней и внутренней среды предприятия Наличие аналитических подходов и методов оценки эффективности деятельности предприятия Использование статистических данных для выявления и моделирования тенденций развития предприятия Наличие выявленных обучающимся проблем функционирования предприятия Наличие обоснованных выводов и предложений Своевременность выполнения и предоставления на защиту	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение задания по научно-исследовательской работе	Наличие собранных данных по проблеме научного исследования Наличие элементов методики исследования и ее апробации в реальных условиях Наличие аналитических выводов и предложений	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Отзыв руководителя практики от предприятия	Характеристика личных качеств обучающегося Характеристика профессиональных и деловых качеств обучающегося Наличие замечаний Общая оценка	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Презентация и защита отчета	Квалифицированное изложение содержания Умение пользоваться профессиональной терминологией Описание нормативно-правовой базы деятельности предприятия-базы практики Использование количественных и качественных методов описания и исследования изученных направлений деятельности Грамотные ответы на вопросы Использование современного программного обеспечения для представления результатов практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Методика определения итоговой оценки по торгово-экономической практике

Итоговая оценка	Итоговый уровень критериев по основным показателям
«Зачтено»	8. По всем основным показателям достигнутый уровень критериев - «полностью соответствует» 9. По основным показателям достигнутый уровень критериев «полностью соответствует» превышает 50 %, ни один критерий не находится в зоне «не соответствует» 10. Если уровень «полностью соответствует» ниже 50%, отчет по практике рекомендуется к защите после доработки
«Не зачтено»	Имеется хотя бы один критерий в зоне «не соответствует», который нельзя исправить путем технической доработки без повторного посещения предприятия

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468895>.

2. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. Т. Н. Парамоновой. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 283 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164>.

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2019. — 294 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>.

б) дополнительная литература:

1. Зайцев А. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» / А. Г. Зайцев, Е. В. Такмакова. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 87 с

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А. В. Коротков. — Москва: Юнити, 2015. — 303 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>.

3. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2016. — 548 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453933>

в) периодические издания:

7. «Маркетинг». Периодический журнал.

8. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>

9. «Маркетинг и маркетинговые исследования»

10. «Практический маркетинг»

11. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.media-professional.ru/tema.php?page=1>

12. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения ознакомительной практики

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

1. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);
2. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;
3. Российское образование. Федеральный образовательный портал. // <http://www.edu.ru/>.
11. <http://www.real-business.ru/articles/324.html> Интернет-ресурс
12. <http://www.zbiz.ru/index.php?razd=331&word=27868> Словарь бизнес-терминов
13. <http://www.training-world.ru/business/brand/317/> Интернет-ресурс
14. <http://www.glossostav.ru/word/636/> Словарь маркетинговых терминов

10.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по ознакомительной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе организации ознакомительной практики применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

При прохождении практики студент может использовать имеющиеся на кафедре маркетинга и торгового дела программное обеспечение и Интернет-ресурсы.

Профессиональные базы данных:

19. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
20. Scopus <http://www.scopus.com/>
21. ScienceDirect www.sciencedirect.com
22. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
23. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
24. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
25. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
26. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
27. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
28. Springer Journals <https://link.springer.com/>
29. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
30. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
31. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
32. zbMath <https://zbmath.org/>

33. Nano Database <https://nano.nature.com/>
34. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
35. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
36. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

2. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

15. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
16. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
17. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
18. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
19. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
20. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
21. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
22. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
23. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
24. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
25. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
26. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
27. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
28. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

6. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
7. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
8. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
9. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
10. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

11.Перечень лицензионного программного обеспечения:

Программное обеспечение: MS Windows 2007/2000/XP/NT; MS Office 2007/2000/XP, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; браузер MS Internet Explorer; 1С: Предприятие

12. Перечень информационных справочных систем:

5. Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://garant.ru/>

6. Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://consultant.ru/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» (www.studmedlib.ru);
8. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

13. Методические указания для обучающихся по прохождению ознакомительной практики

Перед началом ознакомительной практики на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

- явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;
- детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;
- явиться на место практики в установленные сроки;
- выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;
- выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;
- проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;
- выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

14. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках практики используются аудитории и кабинеты.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus


Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная тех-	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	ника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

 Хагуров Т.А.

«28» мая 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б3.01.01 ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: электронная коммерция
и интернет маркетинг

Форма обучения : очная, очно-заочная, заочная

Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2022

Рабочая программа подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Программу составил(и):

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела _____
2. Муратова А.Р., доцент кафедры
маркетинга и торгового дела _____

Рабочая программа подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 «22» апреля 2022 г.

Заведующий кафедрой маркетинга
и торгового дела Костецкий А.Н. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 11 «17» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета/института Дробышевская Л.Н. _____

Рецензенты:

1. Мальковская Я.В., директор маркетингового агентства
«Маркита», канд. экон. наук
2. Шевченко И.В., доктор экономических наук, профессор, декан
экономического факультета, зав. кафедрой мировой экономики и
менеджмента, заслуженный экономист РФ

1 Цели и задачи изучения ГИА

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, требованиям профессиональных стандартов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

1.2 Задачи ГИА

- систематизация и закрепление знаний и умений обучающегося при решении конкретных профессиональных задач;
- определение уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе;
- оценка понимания современных тенденций развития коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности;
- оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинговой деятельности торгового предприятия, готовности применения этих знаний при решении конкретных практических задач;
- формирование мотивации выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков

1.3 Место ГИА в структуре образовательной программы

Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы относится к государственной итоговой аттестации учебного плана.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ, является обязательной итоговой аттестацией обучающихся.

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация призвана определить степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем областям и сферам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Умеет осуществлять поиск и критически

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>подход для решения поставленных задач</p>	<p>задачи</p>	<p>анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи;</p> <p>Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них</p>
	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p> <p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p> <p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков;</p> <p>Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.1 Понимает суть правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает суть и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет четко представлять суть, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет навыками анализа правовой действительности;</p> <p>Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>
	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности;</p> <p>Знает способы решения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p> <p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>
	<p>ИУК-2.3</p> <p>Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p> <p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>
	<p>ИУК-2.4</p> <p>Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов;</p> <p>Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p> <p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений;</p> <p>Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>
<p>УК-3 Способен осуществлять</p>	<p>ИУК-3.1</p> <p>Понимает основные</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации. Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели; Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>
	<p>ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести. Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе; Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды. Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели; Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков. Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия; Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка. Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка
	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке. Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета. Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характера.</p>
	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах. Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации Владеет способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения от цели и условий партнерства; Владеет способностью выбирать язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.</p>
<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах. Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p> <p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>
	<p>ИУК-5.2</p> <p>Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия;</p> <p>Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>
	<p>ИУК-5.3</p> <p>Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Знает историю становления и развития государственности. Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности Владеет навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; Владеет навыками определения особенностей основных этапов эволюции государственности.</p>
	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе; Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования. Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств. Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>
	<p>ИУК-6.2</p> <p>Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования;</p> <p>Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p>
<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1</p> <p>Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p> <p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p> <p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности
	<p align="center">ИУК-7.2</p> <p align="center">Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>
<p align="center">УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p align="center">ИУК-8.1</p> <p align="center">Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p> <p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях;</p> <p>Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>
	<p align="center">ИУК-8.2</p> <p align="center">Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации;</p> <p>Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при принятии решений в чрезвычайной ситуации</p>
<p>УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки. Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах; Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>
<p>УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей Владеет методами анализа экономических процессов и явлений;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Владеет навыками применения экономических инструментов. Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность</p>
	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами. Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами; Умеет обосновывать принятие экономических решений Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>
<p>УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней. Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции; Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p> <p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства; Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>
<p>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и</p>	<p>ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления,</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>тактических задач в торгово-экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах;</p>	<p>характера в профессиональной сфере</p>	<p>принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения</p> <p>Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам.</p> <p>Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
	<p>ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия</p>	
	<p>ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно- управленческой сферах</p>	
	<p>ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;</p>	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании</p>
	<p>ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач</p>	<p>каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.</p>
	<p>ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
	<p>ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов</p>	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг;</p> <p>основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p> <p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение.</p> <p>Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров.</p> <p>Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p> <p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли.</p> <p>Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий</p>
	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	
	<p>ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p>	
	<p>ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия</p>	
	<p>ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	с будущей профессиональной деятельностью	по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<p>Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p> <p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент. Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p> <p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</p>
	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгово-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии	
	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов	
	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.6 Имеет	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности</p>	
	<p>ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.</p>	<p>ИОПК-5.1 Применяет базовые компьютерные и программные средства решения профессиональных задач</p>	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач</p>	
	<p>ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач</p>	
	<p>ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки</p>
	<p>ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач</p>	
	<p>ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	профессиональной деятельностью	<p>информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия.</p> <p>Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров.</p> <p>Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.</p> <p>Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования; использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров,</p>
	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	
	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	
	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	
	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации.</p> <p>Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p> <p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p> <p>методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;</p> <p>правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;</p> <p>методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>
<p>ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	<p>ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p> <p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством</p>
	<p>ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	
	<p>ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p>	
	<p>ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>коммерческого предприятия</p>	<p>инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>
	<p>ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>	
	<p>ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p>	
	<p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p>	
	<p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p>	
	<p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы,</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p>	
	<p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	<p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p> <p>Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний</p> <p>Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса.</p> <p>Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.</p> <p>Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.</p> <p>Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.</p> <p>Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде</p> <p>Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>
	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	
	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	
	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	
	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	
	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	
	ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	стратегии функционирования предприятия	
	ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера	
	ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия	
	ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	
	ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия	
	ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>выставочной деятельности</p> <p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p> <p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p> <p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p> <p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании</p> <p>ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные</p>	<p>Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.</p> <p>Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями</p> <p>Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития</p> <p>Умеет управлять персоналом торговых предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.
	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.
	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Владеет навыками ланирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.
	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений
	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере; основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы
	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий
	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.
	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия	
	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия	
	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде	
	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга	
	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров	
	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание ГИА

2.1 Распределение трудоёмкости ГИА по видам работ

Общая трудоёмкость подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы составляет 6 зачетных единиц (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		X семестр (часы)	8 семестр (часы)	9 семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			20	20	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					
Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			20	20	
Самостоятельная работа, в том числе:			196	88	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)			35	20	
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы			60	30	
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы			80	20	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)			21	18	
Общая трудоёмкость	час.		216	108	
	в том числе контактная работа		20	20	
	зач. ед		4	3	

2.2 Содержание ГИА

По решению Учёного совета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусмотрено выполнение выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), что позволяет оценить не только овладение выпускником высшего учебного заведения теоретическими знаниями, но и умение применить эти знания на практике.

Основными целями выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;

- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;
- выявление степени подготовленности выпускников к практической деятельности в современных условиях;
- демонстрация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профилю электронная коммерция и интернет-маркетинг выполняется в виде бакалаврской работы

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения в высшем учебном заведении и направлена на систематизацию, закрепление и углубление знаний, умений и навыков по направлению и их эффективное применение в решении конкретных задач в сфере маркетинга в торговле.

Выпускная квалификационная работа является результатом самостоятельной творческой работы. Качество ее выполнения позволяет дать дифференцированную оценку квалификации выпускника выполнять свои будущие обязанности на предприятии. Если ВКР выполнена на высоком теоретическом и практическом уровне, она должна быть представлена руководству предприятия, на материалах которого проведены исследования, для принятия решения о возможности внедрения разработанных мероприятий.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

В процессе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студент должен показать:

- достаточную теоретическую подготовку и способность проблемного изложения теоретического материала;
- навыки ведения исследовательской работы;
- умение самостоятельного обобщения результатов исследования и формулирования выводов;
- умение изучать и обобщать информацию, изложенную в нормативных актах и литературных источниках;
- способность решать практические организационно-экономические задачи;
- навыки комплексного анализа ситуаций, моделирования и расчетов, владения современной вычислительной техникой;
- умение грамотно применять методы оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых решений;
- умение логически строить текст, формулировать и обосновывать выводы и предложения.

Автор выпускной квалификационной работы несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

Объем выпускной квалификационной работы, не считая приложений должен составлять, как правило, 60 - 85 стр.

2.3 Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

В соответствии с темой и проблемой ВКР формулируется ее цель, в наиболее общем виде представляющаяся как выявление маркетинговых факторов повышения эффективности деятельности производственно-коммерческой организации и способов их практической реализации. В то же время каждый студент должен уделить особое внимание максимально точной и конкретной формулировке цели своего исследования.

Целенаправленность ВКР обеспечивается набором задач, решением которых достигается сформулированная цель. При этом количество решаемых задач определяется логически оправданной потребностью в них. Следует иметь в виду, что ограниченный перечень задач (до 3) делает примитивной сущность исследования, а избыточный перечень (более 7) лишает исследование конкретности и глубины.

Подавляющее большинство ВКР в связи с особенностями направления «Торговое дело», как правило, имеет четко выраженный научно-исследовательский характер, часто вызывает необходимость не менее четкого определения состава инструментов, методических приемов и алгоритмов, используемых при решении поставленных задач.

Содержательная структура ВКР включает:

- **введение**, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;

- **теоретическая часть**, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

- **практическая часть**, в которой студент должен продемонстрировать умение использовать для решения поставленных им в работе задач теоретических знаний. Студент должен провести обобщение и анализ собранного фактического материала, результаты которого должны найти свое отражение в тексте выпускной квалификационной работы;

- **заключительная часть** должна содержать выводы по проведенной работе, а также предложения или рекомендации по использованию полученных результатов;

- **список использованной литературы.**

Введение представляет собой краткое резюме ВКР. Здесь приводится обоснование актуальности выбранной темы, цель и задачи выпускной квалификационной работы, объект и предмет изучения, состав методических приемов, применяемых при решении задач, сведения об источниках информации, которыми пользовался автор при подготовке работы. Важной частью введения является краткая констатация теоретических, методических и практических результатов проведенного исследования, сведения о научной новизне и практической значимости использованных выводов и рекомендаций, об их апробации на студенческих научных конференциях или в практике деятельности предприятий, если это имело место.

В конце введения приводится краткая количественная характеристика объема и структуры работы, использованных иллюстративных материалов и литературных источников.

В первом разделе рассматриваются теоретические аспекты темы, при этом первоначально всесторонне характеризуется объект исследования: рынок товаров или услуг (международный, региональный, страновой), организация (международная корпорация, холдинг, фирма, банк и т.п.), условия функционирования объекта (политическая и экономическая стабильность региона, страны), особенности поля деятельности (инфраструктура, действующие льготы и ограничения, развитие транспортных путей, национальные особенности и т.д.).

Изучение теоретических вопросов темы предполагает анализ взглядов, концепций, установок, нашедших отражение в монографиях, научно-производственных и производственных изданиях, статьях, тезисах докладов и выступлений на научных конференциях и семинарах. На основе выполненного анализа уточняется степень разработанности, состав и содержание вопросов, нуждающихся в дальнейшем изучении.

Правильность принятых в этом разделе теоретических положений (выдвинутых дипломником или выбранных им из состава известных) должна быть подтверждена в последующих частях работы.

Второй – методический – раздел ВКР посвящается разработке, совершенствованию, уточнению или обоснованию выбора методики проведения исследований. Это может быть методика проведения маркетинговых исследований в целом, исследований стратегий, прогноза конкурентоспособности предприятия, товара, услуг, динамики развития отдельных рынков, исследований социально-этических проблем в маркетинге, мотивации потребительского поведения, механизмов принятия решений и др. Раздел должен завершаться выводами, характеризующими достижения магистра в методическом аспекте.

В третьей – организационно-экономической (прикладной) части ВКР излагаются промежуточные и конечные результаты исследований, проведенных по ранее принятой методике. Эти результаты должны представляться в графической (графики, диаграммы, табуляграммы) или табличной форме с обязательной интерпретацией полученных результатов и соответствующими выводами.

Обязательным структурным элементом прикладной части работы является описание результатов авторского маркетингового исследования, которое должно включать план проведения исследования, табличную часть и ее визуализацию в виде диаграмм, аналитическую часть.

В этом же разделе разрабатываются предложения (рекомендации), направленные на использование полученных результатов в практике, и оформляемые в виде проекта мероприятий, рекомендуемых к внедрению, включающего обоснование необходимости и состав предлагаемых мероприятий, базовую методологию и методику их реализации, бюджет и прогноз экономической эффективности от их реализации.

Для оценки экономической эффективности предложенных мероприятий первоначально излагается соответствующая методика, а затем приводятся расчеты, позволяющие количественно оценить предполагаемый экономический эффект. В тех случаях, когда экономический эффект может возникать у двух или нескольких участников изучаемого процесса, желательно осуществлять его оценку у каждого участника отдельно. Данное положение полностью относится к оценке социального эффекта, если дипломнику удастся доказать возможность возникновения этого эффекта в ходе реализации предложенных мероприятий.

В заключении ВКР кратко и логически обоснованно излагаются наиболее важные конкретные результаты проработки темы. Желательно соблюдать последовательность изложения заключения: теоретические выводы, оценка сложившейся ситуации, методические особенности решения вопросов (проведения исследования, выполнения анализа, расчета эффекта и др.) с выявлением сущности и новизны, конкретные результаты проведенных анализов и расчетов.

Завершается работа списком использованных источников и приложениями. В список использованных источников включаются все источники, на которые есть ссылки в тексте работы, а также изученные в процессе выполнения работы издания, материалы которых повлияли на структуру работы и ее основные положения.

К неосновному тексту ВКР относятся приложения, в состав которых входят таблицы (особенно громоздкие) с первичными данными, вспомогательные материалы и документы. Наличие в ВКР приложений не является обязательным. Примерное содержание выпускной квалификационной работы представлено в Приложении 1.

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

Процедура защиты ВКР служит инструментом, позволяющим государственной экзаменационной комиссии сформировать обоснованное суждение о том, достиг ли ее автор в ходе освоения образовательной программы результатов обучения, отвечающих квалификационным требованиям ФГОС ВО.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

2.3.3 Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой маркетинга и торгового дела и утверждаются учебно-методическим советом факультета ежегодно.

Студент может самостоятельно выбрать одну из тем, либо предложить собственную, обосновав целесообразность ее разработки и согласовав свое предложение с научным руководителем и заведующим кафедрой. При выборе и формулировке темы следует стремиться к ее проблемной постановке, т.е. выразить желаемый результат проводимого исследования в достаточно конкретной форме.

Выбрать тему и согласовать ее с научным руководителем следует в начале 7-го семестра периода обучения не позднее 1-го октября, в подтверждение чего на кафедру маркетинга и торгового дела подается соответствующее заявление, подписанное студентом и научным руководителем.

Тема выпускной квалификационной работы должна быть направлена на решение актуальной комплексной проблемы маркетинговой деятельности торгового предприятия или иного предприятия, осуществляющего активную сбытовую деятельность на рынке, отражать достигнутый уровень знаний в рассматриваемой области и соответствовать избранному направлению подготовки. Результаты проработки вопросов по теме должны иметь практическое значение для конкретного объекта исследования. Соответственно выбор темы осуществляется одновременно с оценкой возможности ее реализации на реальном предприятии.

Актуальность темы необходимо обосновать: анализом литературных источников; подбором статистических данных, отражающих ситуацию, сложившуюся в данный момент времени; доказательством необходимости разрешения сложившейся ситуации..

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении 2.

Требования к выпускной квалификационной работе

Выпускная квалификационная работа выполняется на листах формата А4 машинописным способом и содержит следующие основные элементы: титульный лист (см. Приложение), содержание, введение, основную часть, заключение, библиографический список, приложения.

Текст работы должен быть размещен с выделением свободных полей следующих размеров: слева – 25–30 мм, справа – не менее 10 мм, сверху и снизу – 20–25 мм. При использовании текстового редактора Microsoft Word необходимо выбирать шрифт Times New Roman, размер 14 пт., междустрочный интервал полусторонний, цвет только черный. Выделение жирным и курсивом может применяться по мере целесообразности, например, для заголовков глав. Функция «автоматическая расстановка переносов» должна быть включена. Абзац начинается с красной строки, его размер – 1 см. Никаких дополнительных интервалов между абзацами не допускается. Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного, номера страниц наносятся в свободном поле в правом верхнем углу листа (номер на титульном листе не наносится!). Приложения нумеруются отдельно.

В оглавлении необходимо указать номер страницы для каждой главы и параграфа (кроме приложения). Содержание, введение, заключение, список литературы не должны нумероваться. Нумерация разделов осуществляется с использованием арабских цифр: для главы 1, 2, 3.., для параграфов – 1.1, 1.2, 1.3 и т.п. Более дробная рубрикация для курсовой

работы не рекомендуется. Заголовок главы или параграфы должен быть расположен по центру и отделен от текста дополнительным интервалом. Между заголовками главы и параграфа дополнительный интервал не вводится. В названии работы на титульном листе и в заголовках переносы осуществляются по словам. Точки в конце названия темы и в заголовках не ставятся. Каждая глава должна начинаться с новой страницы.

ВКР должна иметь твердый переплет. Пример оформления титульного листа ВКР представлен в приложении 3.

Информационные технологии, применяемые при подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работ: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	Написание и оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
7	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (дипломной работы). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
8	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	Методические указания написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya .

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание выпускной квалификационной работы выпускника и ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ОП ВО представлена в таблице:

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи	<p>Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем

		<p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи; Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них</p>	<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
2	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
		<p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p>	

		<p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков; Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
3	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	

		<p>Владеет навыками анализа правовой действительности; Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
4	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности; Знает способы решения поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <hr/> <p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-</p>

		<p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
5	<p>ИУК-2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
		<p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p>	

		<p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
6	<p>ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющих ресурсы и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов; Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
		<p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	

		<p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений; Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
7	<p>ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о
	<p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</p>		

		<p>Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели;</p> <p>Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>	<p>выполнении ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
8	ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации;</p> <p>Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе;</p>	
		<p>Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды.</p>	
		<p>Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели;</p> <p>Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p>	

9	ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка	Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия; Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.	
		Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка	

10	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
11	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных

		<p>Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации</p>	<p>автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
12	<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об</p>
		<p>Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p>	

		<p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
13	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия;</p> <p>Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об

		<p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию;</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
14	<p>ИУК-5.2</p> <p>Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия; Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
15	<p>ИУК-5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития; Знает историю становления и развития государственности.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p>

		<p>Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории;</p> <p>Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
16	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе;</p> <p>Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об
		<p>Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп</p>	

		<p>Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
17	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <hr/> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы,

		<p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>	<p>в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
18	<p>ИУК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <hr/> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития;</p> <p>оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления

		<p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности; Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p>	<p>ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
19	<p>ИУК-7.1 Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических
		<p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	

		<p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности</p>	<p>указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
20	<p>ИУК-7.2</p> <p>Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	
		<p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	

21	<p>ИУК-8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения; Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации; Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p>	
		<p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях; Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>	

22	ИУК-8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему	Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
23	ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями	Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

	<p>здоровья и инвалидами</p>	<p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах; Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
--	------------------------------	--	--

		<p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
24	<p>ИУК-10.1</p> <p>Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность

	<p>экономических агентов</p>	<p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
25	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность;</p> <p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p> <p>Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами;</p> <p>Умеет обосновывать принятие экономических решений</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней

		<p>Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей;</p> <p>Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
26	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения;</p> <p>Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных

	правовых норм	<p>Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции;</p> <p>Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p>	<p>автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства;</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
27	ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28	ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии,		<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

	организации и управления торгового-коммерческого предприятия	Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
29	ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
30	ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
31	ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
32	ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности	основы построения, расчета и анализа системы показателей,	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность

	отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности. Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.	обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
33	ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
34	ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
35	ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

		<p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>	
36	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на международном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о
37	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	<p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p>	
38	<p>ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p>	<p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на пред-приятиях торговли.</p>	

39	ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству.	<ul style="list-style-type: none"> – выполнение ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
40	ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.	
41	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<p>Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров.</p> <p>Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
42	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгового-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	<p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент.</p> <p>Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
43	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на	<p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления

	торговом предприятии	предпочтений.	ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
44	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов		
45	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
46	ИОПК-4.6 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
47	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
48	ИОПК-5.1 Применяет базовые	Знает структуру технической документации,	– апробация результатов

	компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.	исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
49	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	Умеет Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией.	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
50	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
51	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
52	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
53	ИОПК-6.2 Использует современные	виды и требования к оформлению коммерческой документации. Умеет работать с массивом	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

	информационные технологии для решения поставленных задач	информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
54	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
55	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
56	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
57	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с	Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении	

	использованием инструментов комплекса маркетинга	соответствия. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
58	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
59	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	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.	– отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР;
60	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации. Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. 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	– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
61	ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы	Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы,	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях,

	потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде		
62	ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать. Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<p>конкурсах, в публикациях научных изданий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
63	ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
64	ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
65	ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
66	ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и		

	программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами		
67	ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики		
68	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия		
69	ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
70	ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
71	ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях	<p>Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>Подбирает инструменты</p>	

72	ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.	<p>предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР <ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
73	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач. Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.	
74	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде Анализирует эффективность рекламных кампаний	
75	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде		
76	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-		

	коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
77	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
78	ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия		
79	ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера		
80	ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового		

	<p>пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>		
81	<p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p>		
82	<p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p>		
83	<p>ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>		
84	<p>ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности</p>		
85	<p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного</p>		

	подхода		
86	ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения		
87	ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
88	ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации	Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями. Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления
89	ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности	
90	ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии	внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей	

	цветовосприимчивости потребителей	стратегического развития Умеет управлять персоналом торговых предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации. Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.	ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
91	ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	
92	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере;	
93	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий Настраивает и оценивает	
94	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия		
95	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов		

	маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	эффективность рекламных кампаний в сети интернет.	
96	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
97	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин		
98	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
99	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия		
100	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового		

	предприятия		
101	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде		
102	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга		
103	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров		
104	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

Показатели оценки выпускной квалификационной работы

Оценка (шкала оценивания)	Описание показателей
Продвинутый уровень – оценка отлично	Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, отражаются собственный вклад автора, оригинальность, нестандартность мышления. В работе отражены результаты глубокого авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявлены и сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает передовые методики по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы

	<p>и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, имеют комплексный характер и решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Присутствует авторский вклад. ВКР оформлена в полном соответствии с требованиями методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР и сопровождается качественно выполненной презентацией. Студент предоставил полные содержательные ответы на все вопросы членов ГЭК. Наличие призовых мест в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР</p>
<p>Повышенный уровень – оценка хорошо</p>	<p>Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, но авторский вклад и оригинальность мышления отражаются не полностью. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, не чётко сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает незначительную часть передовых методик по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, однако обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования решают не в полной мере. Авторский вклад незначителен. Имеются некоторые отклонения от требований методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил ответы на все вопросы членов ГЭК, но с некоторыми затруднениями. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР</p>
<p>Базовый (пороговый) уровень – оценка удовлетворительно</p>	<p>Содержание темы раскрыто фрагментарно, авторский вклад незначителен, оригинальность мышления не находит своего отражения. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, однако не обозначены маркетинговые проблемы объекта исследования, либо проблемы не четко сформулированы и не охарактеризованы. Методики по изучению раскрываемой темы, отражённые в методической части ВКР, носят фрагментарный характер, не являются передовыми. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части, не актуальны и не решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Авторский вклад незначителен. Имеются многочисленные отклонения от требований методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и</p>

	рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике исследования. Доклад выпускника раскрывает содержание ВКР не в полной мере, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил не полные и не содержательные ответы на вопросы членов ГЭК либо ответил не на все вопросы. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР
Недостаточный уровень – оценка неудовлетворительно	Раскрытие содержание темы, авторский вклад и оригинальность мышления отсутствуют. В работе отсутствуют результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, маркетинговые проблемы объекта исследования не обозначены. Методики, отражённые в методической части ВКР не относятся к раскрываемой в ВКР теме или методическая часть отсутствует. Предложения и рекомендации выпускника отсутствуют или не актуальны и не связаны с исследуемой темой и объектом исследования. Оформление ВКР не соответствует требованиям методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Доклад выпускника не раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует. Студент затруднялся отвечать на вопросы членов ГЭК. Выпускник не принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР

После публичного заслушивания всех ВКР, представленных на защиту, проводится закрытое заседание экзаменационной комиссии. На закрытом заседании комиссии обсуждаются результаты прошедших защит, выносится согласованная оценка по каждой выпускной квалификационной работе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Оценка выносится простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равенстве голосов, решающим является голос председателя).

По окончании закрытого заседания возобновляется публичное открытое заседание комиссии, на которое вместе со студентами приглашаются все желающие. Председатель кратко подводит итоги, объявляет оценки по защищенным на данном заседании выпускным квалификационным работам и другие результаты, в том числе о присуждении (не присуждении) каждому выпускнику искомой степени (квалификации), о выдаче дипломов с отличием и др. Выпускник, получивший неудовлетворительную оценку при защите выпускной квалификационной работы, отчисляется из университета.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Костецкий А.Н. Маркетинг: ключевые темы: учеб. пособие / А.Н. Костецкий. – Краснодар: КубГУ, 2016. 50 экз.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс; [пер. с англ.]. - 5-е европейское изд. - Москва: Вильямс, 2018. - 751 с. : ил. 80 экз

3. Мескон, Майкл. Основы менеджмента [Текст] = Management : [учебное пособие] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - М. :

Вильямс, 2012. - 665 с. 97 экз.

4. Моосмюллер, Гертруда. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик . - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 199 с. 15 экз.

5. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - М.: Юрайт, 2017. - 474 с. - <https://urait.ru/book/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs-406757>.

б) дополнительная литература:

1. Кумар, Нирмалия. Маркетинг как стратегия [Текст] = Marketing as Strategy : роль генерального директора в интенсивном развитии компании и внедрении инноваций / Нирмалия Кумар ; авт. предисл. к рус. изд. И. Липсиц ; науч. ред. О. Ойнер; [пер. А. Нестеров] . - М. : Претекст, 2011. - 342 с. : ил. 5

2. Маркетинговые показатели [Текст] = Marketing Metrics: более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / П. У. Фэррис, Н. Т. Бендл, Ф. И. Пфайфер, Д. Дж. Рейбштейн; пер. с англ. А. А. Шамрай; под науч. ред. И. В. Тараненко. - Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009. - 445 с. : ил. 3 экз.

6. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : Юрайт, 2012. - 540 с. 17 экз.

7. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент [Текст] = A framework for marketing management : экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. И. Малкова ; под науч. ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с. 20 экз.

8. Черчилль, Гильберт А. Маркетинговые исследования [Текст] : [учебник] / Гильберт А. Черчилль, Том Дж. Браун ; [пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева]. - 5-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2010. - 699 с. 14 экз.

9. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939859>.

10. Семенова, Е.Е. Международная торговля [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Е. Семенова, Ю.П. Соболева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 260 с. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278885>.

11. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 521 с. URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-412914>

12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. URL: <https://urait.ru/book/sovremennye-modeli-marketinga-415979>.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. «Маркетинг». Периодический журнал.
4. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
5. «Маркетинг и маркетинговые исследования». «Издательский дом Гребенникова»
6. «Практический маркетинг»
7. Российский журнал менеджмента. <http://www.rjm.ru/>
8. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaonline.ru/tema.php?page=1>

9. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ». Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .

8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работ

Цель методических рекомендаций по самостоятельной работе обучающихся при подготовке к ВКР – определить роль и место самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР; конкретизировать ее уровни, формы и виды; обобщить методы и приемы выполнения ВКР; объяснить критерии оценивания.

Самостоятельная работа обучающихся (СР) при подготовке к ВКР является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации ВКР, так как способствует развитию самостоятельности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа – это познавательная деятельность, когда последовательность мышления обучающегося при подготовке ВКР, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим обучающимся. Студент в процессе подготовки к ВКР должен не только освоить учебные программы, но и приобрести навыки планирования и выполнения самостоятельной работы.

Целью самостоятельной работы при подготовке к ВКР является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

При подготовке ВКР экономического факультета КубГУ практикуются следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.);
- проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы;
- подготовка и написание выпускной квалификационной работы;
- подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада).

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ.

Порядок выполнения ВКР регламентирован в «Положении о подготовке и защите выпускных квалификационных работ» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Продолжительность подготовки ВКР определяется учебным планом.

Список рекомендуемых тем ВКР утверждается выпускающей кафедрой и доводится до сведения выпускников не позднее, чем за восемь месяцев до защиты ВКР.

Выпускнику может предоставляться право выбора темы ВКР в порядке, определяемом заведующим выпускающей кафедрой, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки. Выпускник обязан выбрать примерную тему ВКР не позднее, чем за шесть месяцев до защиты ВКР. Утверждение темы и руководителей ВКР оформляются приказом ректора университета по представлению декана факультета не позднее 15 декабря текущего учебного года.

Для руководства ВКР заведующим кафедрой назначается научный руководитель в сроки, не позднее утверждения учебной нагрузки на следующий учебный год.

Определяющим при назначении научного руководителя ВКР является его квалификация, специализация и направление научной работы. При необходимости студенту назначаются консультанты.

Смена научного руководителя и принципиальное изменение темы ВКР возможны в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой не позднее трех месяцев до защиты ВКР.

Окончательные варианты темы ВКР, выбранные выпускником и согласованные с научным руководителем, утверждаются выпускающей кафедрой не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР.

Научный руководитель ВКР осуществляет руководство и консультационную помощь в процессе подготовки ВКР в пределах времени, определяемого нормами педагогической нагрузки.

Первый этап процесса выполнения работы после выбора темы – формирование предварительного плана. План ВКР разрабатывается студентом на основании изучения литературных источников и установления состава вопросов, подлежащих исследованию. Именно обоснованным набором отмеченных вопросов определяется структура ВКР. Примерный план работы приведен в прил. 2. Список рекомендуемых тем ВКР приведен в приложении 1, а образец титульного листа в приложении 3.

Научный руководитель работы рассматривает предложенный студентом план и при необходимости вносит в него соответствующие коррективы. На основе плана магистерской диссертации научный руководитель оказывает студенту помощь в разработке календарного графика работы.

Научный руководитель работы:

- рекомендует студенту основной перечень литературных и других источников по теме;
- проводит систематические консультации студента и проверки выполнения магистерской диссертации.

Информация о ходе выполнения ВКР регулярно обсуждается на научных семинарах. При нарушении сроков выполнения разделов работы на заседании кафедры устанавливаются причины сложившейся ситуации и принимаются меры к ликвидации отставания. В этом случае на заседание кафедры приглашаются студенты.

Выпускающая кафедра обеспечивает студентов до начала выполнения ВКР соответствующими методическими указаниями.

ВКР выполняется студентами, как правило, на материалах промышленных, торговых, финансово-кредитных, автотранспортных, посреднических и других предприятий.

За достоверность приведенной в ВКР информации несет ответственность ее автор.

Календарный план написания отдельных разделов ВКР составляется студентом и согласовывается с научным руководителем, который контролирует ход выполнения

работы. В целом ВКР должна быть завершена и представлена научному руководителю для предварительной проверки не позднее, чем за три недели до объявленной даты защиты.

В течение недели научный руководитель дает все необходимые содержательные замечания, требующие доработки и исправления, а также проверяет соответствие работы требованиям к ее оформлению. После проверки студент должен иметь не менее недели для окончательного устранения всех замечаний. Полностью завершённая работа проходит процедуру нормоконтроля, цель которой – проверка работы на соответствие государственным стандартам оформления письменных студенческих работ. Функции нормоконтролера выполняет научный руководитель. При отсутствии содержательных и формальных замечаний магистрант и научный руководитель подписывают работу, после чего она переплетается и вместе с отзывом научного руководителя представляется на выпускающую кафедру для принятия решения о допуске к защите не позднее, чем за одну неделю до даты защиты. Решение о допуске может быть принято заведующим кафедрой или при необходимости коллегиально на заседании кафедры. Положительное решение подтверждается подписью заведующего кафедрой на титульном листе работы. В случае неготовности работы или ее низкого уровня научный руководитель или кафедра ставят вопрос о снятии работы с защиты или ее переносе на более поздний срок.

Порядок и сроки представления ВКР научному руководителю и в ГЭК.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Подготовленная и полностью оформленная работа вместе с отзывом научного руководителя и, при наличии, рецензией, справками о практическом использовании результатов представляется на выпускающую кафедру для прохождения нормоконтроля и последующей процедуры предварительной защиты.

Факультет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы. Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются организацией в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная аттестационная комиссия оценивает актуальность темы исследования, постановку цели и задач, новизну и оригинальность результатов, полученных автором, общий квалификационный уровень работы, умение автора отразить результаты в докладе и отвечать на вопросы по теме исследования. После завершения защиты всех ВКР, предусмотренных по графику на текущий день, объявляется перерыв для обсуждения членами комиссии итогов защиты и выставления окончательной оценки

студентам. Результаты защиты определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения. Председатель ГЭК сообщает выпускникам окончательные итоги защиты выпускных квалификационных работ. Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ.

Порядок проведения ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

7. Материально-техническое обеспечение ГИА

Для подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работ обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	«Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. 206 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Примерное содержание выпускной квалификационной работы

Введение

1. Теоретические основы оценки деятельности конкурентов в составе маркетинговой деятельности предприятия

1.1. Конкуренция в системе факторов маркетинговой деятельности предприятия и современные подходы к ее исследованию

1.2. Роль и значение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

1.3. Организационно-экономическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

2. Методическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности торговых центров

2.1. Современные методы мониторинга, анализа и оценки деятельности конкурентов в маркетинге

2.2. Методы исследования потребительского поведения при решении информационных задач мониторинга конкурентов

2.3. Информационные модели и особенности их использования при организации мониторинга конкурентов

3. Исследование тенденций и особенностей конкурентной борьбы торговых центров с использованием мониторинга в качестве инструмента маркетинга

3.1. Динамика, факторы и тенденции развития сферы розничной торговли в экономике России

3.2. Особенности конкурентной борьбы в сегменте торговых центров сферы розничной торговли Краснодарского края

3.3. Маркетинговое исследование конкурентных позиций торговых центров Краснодара

3.4. Проект внедрения информационной модели мониторинга конкурентов в маркетинговую деятельность торгового центра

Заключение

Список использованной литературы

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки «Торговое дело»,
направленность (профиль) «электронная коммерция и интернет-маркетинг»**

1. Разработка предложений и реализация проекта совершенствования работы онлайн-каналов взаимодействия с покупателями торговой сети
2. Совершенствование методов формирования лояльности клиентов в виртуальной среде в сфере HoReCa (на примере конкретного предприятия)
3. Использование технологий Big Data для повышения эффективности маркетинговых решений в деятельности интернет-магазина
4. Формирование контент-стратегии бренда в социальных сетях с учетом характеристик пользователей и целей бизнеса
5. Разработка стратегии digital-маркетинга предприятия с целью комплексного продвижения профессиональных услуг на B2B-рынке
6. Оценка эффективности и разработка комплекса мероприятий по повышению узнаваемости и юзабилити интернет-сайта компании средствами маркетинга
7. Совершенствование маркетинговой деятельности компании с помощью инструментов продвижения бренда в онлайн-среде
8. Разработка методов формирования имиджа компании на основе использования инструментов продвижения бренда в сети Интернет
9. Разработка стратегии позиционирования товара на целевом рынке с помощью инструментов Интернет-маркетинга
10. Планирование и организация продаж товаров фирмы на основе анализа каналов сбыта в онлайн-среде
11. Формирование маркетинговой стратегии Интернет-магазина на основе использования инструментов мерчандайзинга в онлайн-среде
12. Разработка и совершенствование методов формирования и управления имиджем компании в онлайн-среде.
13. Планирование и реализация SMM-стратегии в рамках общей коммуникационной политики компании.
14. Совершенствование коммуникационной политики компании на основе digital-инструментов.
15. Оценка конкурентоспособности предприятия онлайн-торговли.
16. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия электронной коммерции на основе современных инструментов маркетинговой логистики.
17. Повышение эффективности деятельности предприятия электронной коммерции с использованием инструментов цифрового маркетинга.
18. Управление имиджем компании в онлайн-среде на основе инструментов Digital-PR.
19. Организация и планирование продвижения бренда на основе интернет-коммуникаций.
20. Совершенствование маркетинговой стратегии с использованием инструментов интернет-маркетинга.
21. Разработка стратегии онлайн-продвижения интернет-магазина.
22. Особенности маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде.
23. Разработка веб-сайта компании и оценка его эффективности.
24. Управление взаимоотношениями с клиентами в онлайн-среде.
25. Управление продуктовым портфелем предприятия электронной коммерции.
26. Построение интегрированных онлайн и офлайн маркетинговых коммуникаций и управление ими.

27. Выбор и обоснование стратегии ценообразования в электронной торговле.
28. Совершенствование торгово-экономической деятельности на базе внедрения комплексного анализа рекламных кампаний в сети Интернет
29. Пути совершенствование бизнеса на основе позиционирования в сети Интернет
30. Особенности использования интернет-технологий маркетинга в сфере торговли товарами детского ассортимента
31. Роль Интернета как источника маркетинговой информации в разработке и внедрении новых продуктов на рынок
32. Геймификация как инструмент повышения эффективности продвижения бизнеса

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра маркетинга и торгового дела

Допущена к защите в ГАК

«...».....2021 г.

зав. кафедрой маркетинга

и торгового дела

_____А.Н. Костецкий

РАЗРАБОТКА ВЕБ-САЙТА КОМПАНИИ И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Выпускная квалификационная работа

Работу выполнил

Кузнецов Р.А.

Факультет экономический

Направление бакалавриата 38.03.06 «Торговое дело»

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент

Костецкий А.Н.

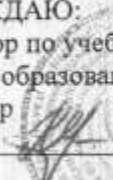
Нормоконтролер

Костецкий А.Н.

Краснодар 2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

 Хагуров Т.А.

«28» мая 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б3.01.02 ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЫ**

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: электронная коммерция
и интернет маркетинг

Форма обучения : очная, очно-заочная, заочная

Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2022

Рабочая программа защита выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Программу составил(и):

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела _____
2. Муратова А.Р., доцент кафедры
маркетинга и торгового дела _____

Рабочая программа защиты выпускной квалификационной работы утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 «22» апреля 2022 г.
Заведующий кафедрой маркетинга
и торгового дела Костецкий А.Н. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 11 «17» мая 2022 г.
Председатель УМК факультета/института Дробышевская Л.Н. _____

Рецензенты:

1. Мальковская Я.В., директор маркетингового агентства «Маркита», канд. экон. наук
2. Шевченко И.В., доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, зав. кафедрой мировой экономики и менеджмента, заслуженный экономист РФ

1 Цели и задачи изучения ГИА

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, требованиям профессиональных стандартов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

1.2 Задачи ГИА

- систематизация и закрепление знаний и умений обучающегося при решении конкретных профессиональных задач;
- определение уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе;
- оценка понимания современных тенденций развития коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности;
- оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинговой деятельности торгового предприятия, готовности применения этих знаний при решении конкретных практических задач;
- формирование мотивации выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков

1.3 Место ГИА в структуре образовательной программы

Защита выпускной квалификационной работы относится к государственной итоговой аттестации учебного плана.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ, является обязательной итоговой аттестацией обучающихся.

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация призвана определить степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем областям и сферам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Умеет осуществлять поиск и критически

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>подход для решения поставленных задач</p>	<p>задачи</p>	<p>анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи;</p> <p>Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них</p>
	<p>ИУК-1.2</p> <p>Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p> <p>Умеет формировать собственное мнение и суждения;</p> <p>Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p> <p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков;</p> <p>Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>
<p>УК-2</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.1</p> <p>Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет навыками анализа правовой действительности;</p> <p>Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>
	<p>ИУК-2.2</p> <p>Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности;</p> <p>Знает способы решения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p> <p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>
	<p>ИУК-2.3</p> <p>Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p> <p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>
	<p>ИУК-2.4</p> <p>Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов;</p> <p>Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p> <p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений;</p> <p>Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>
<p>УК-3 Способен осуществлять</p>	<p>ИУК-3.1</p> <p>Понимает основные</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации. Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели; Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>
	<p>ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести. Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе; Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды. Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели; Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков. Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия; Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка. Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка
	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке. Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета. Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характера.</p>
	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах. Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации Владеет способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения от цели и условий партнерства; Владеет способностью выбирать язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.</p>
<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах. Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p> <p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>
	<p>ИУК-5.2</p> <p>Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия;</p> <p>Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>
	<p>ИУК-5.3</p> <p>Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Знает историю становления и развития государственности. Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности Владеет навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; Владеет навыками определения особенностей основных этапов эволюции государственности.</p>
	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе; Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования. Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств. Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>
	<p>ИУК-6.2</p> <p>Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p>
<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1</p> <p>Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p> <p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p> <p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности
	<p style="text-align: center;">ИУК-7.2</p> <p>Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>
<p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p style="text-align: center;">ИУК-8.1</p> <p>Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p> <p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях;</p> <p>Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>
	<p style="text-align: center;">ИУК-8.2</p> <p>Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации;</p> <p>Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при принятии решений в чрезвычайной ситуации</p>
<p>УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки. Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах; Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>
<p>УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей Владеет методами анализа экономических процессов и явлений;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Владеет навыками применения экономических инструментов. Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность</p>
	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами. Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами; Умеет обосновывать принятие экономических решений Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>
<p>УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней. Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции; Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p> <p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства; Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>
<p>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и</p>	<p>ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления,</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>тактических задач в торгово-экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах;</p>	<p>характера в профессиональной сфере</p>	<p>принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения</p> <p>Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам.</p> <p>Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
	<p>ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия</p>	
	<p>ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно- управленческой сферах</p>	
	<p>ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;</p>	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании</p>
	<p>ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач</p>	<p>каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.</p>
	<p>ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
	<p>ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	<p>Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов</p>	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг;</p> <p>основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p> <p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение.</p> <p>Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров.</p> <p>Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p> <p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли.</p> <p>Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий</p>
	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	
	<p>ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p>	
	<p>ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия</p>	
	<p>ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	с будущей профессиональной деятельностью	по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<p>Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p> <p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент. Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p> <p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</p>
	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгово-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии	
	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов	
	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.6 Имеет	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	ИОПК-5.1 Применяет базовые компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>
	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	
	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	
	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки</p>
	ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач	
	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	профессиональной деятельностью	<p>информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия.</p> <p>Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров.</p> <p>Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.</p> <p>Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования; использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров,</p>
	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	
	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	
	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	
	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации.</p> <p>Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p> <p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p> <p>методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;</p> <p>правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;</p> <p>методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>
<p>ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	<p>ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p> <p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством</p>
	<p>ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	
	<p>ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p>	
	<p>ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>коммерческого предприятия</p>	<p>инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>
	<p>ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>	
	<p>ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p>	
	<p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p>	
	<p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p>	
	<p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы,</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p>	
	<p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	<p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p> <p>Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний</p> <p>Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса.</p> <p>Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.</p> <p>Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.</p> <p>Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.</p> <p>Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде</p> <p>Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>
	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	
	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	
	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	
	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	
	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	
	ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	стратегии функционирования предприятия	
	ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера	
	ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия	
	ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	
	ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия	
	ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>выставочной деятельности</p> <p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p> <p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p> <p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p> <p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании</p> <p>ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные</p>	<p>Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.</p> <p>Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями</p> <p>Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития</p> <p>Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.
	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.
	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.
	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений
	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере; основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы
	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий
	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.
	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия	
	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия	
	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде	
	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга	
	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров	
	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание ГИА

2.1 Распределение трудоёмкости ГИА по видам работ

Общая трудоёмкость защита выпускной квалификационной работы составляет 6 зачетных единиц (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		X семестр (часы)	8 семестр (часы)	9 семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			0,5	0,5	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					
Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,5	0,5	
Самостоятельная работа, в том числе:			107,5	107,5	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)					
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы					
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы			80	80	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)			27,5	27,5	
Общая трудоемкость	час.		108	108	
	в том числе контактная работа		0,5	0,5	
	зач. ед		3	3	

2.2 Содержание ГИА

По решению Учёного совета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусмотрено выполнение выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), что позволяет оценить не только овладение выпускником высшего учебного заведения теоретическими знаниями, но и умение применить эти знания на практике.

Основными целями выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;

- выявление степени подготовленности выпускников к практической деятельности в современных условиях;
- демонстрация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиля электронная коммерция и интернет-маркетинг выполняется в виде бакалаврской работы

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения в высшем учебном заведении и направлена на систематизацию, закрепление и углубление знаний, умений и навыков по направлению и их эффективное применение в решении конкретных задач в сфере маркетинга в торговле.

Выпускная квалификационная работа является результатом самостоятельной творческой работы. Качество ее выполнения позволяет дать дифференцированную оценку квалификации выпускника выполнять свои будущие обязанности на предприятии. Если ВКР выполнена на высоком теоретическом и практическом уровне, она должна быть представлена руководству предприятия, на материалах которого проведены исследования, для принятия решения о возможности внедрения разработанных мероприятий.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

В процессе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студент должен показать:

- достаточную теоретическую подготовку и способность проблемного изложения теоретического материала;
- навыки ведения исследовательской работы;
- умение самостоятельного обобщения результатов исследования и формулирования выводов;
- умение изучать и обобщать информацию, изложенную в нормативных актах и литературных источниках;
- способность решать практические организационно-экономические задачи;
- навыки комплексного анализа ситуаций, моделирования и расчетов, владения современной вычислительной техникой;
- умение грамотно применять методы оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых решений;
- умение логически строить текст, формулировать и обосновывать выводы и предложения.

Автор выпускной квалификационной работы несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

Объем выпускной квалификационной работы, не считая приложений должен составлять, как правило, 60 - 85 стр.

2.3 Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

В соответствии с темой и проблемой ВКР формулируется ее цель, в наиболее общем виде представляющаяся как выявление маркетинговых факторов повышения эффективности деятельности производственно-коммерческой организации и способов их практической реализации. В то же время каждый студент должен уделить особое внимание максимально точной и конкретной формулировке цели своего исследования.

Целенаправленность ВКР обеспечивается набором задач, решением которых достигается сформулированная цель. При этом количество решаемых задач определяется

логически оправданной потребностью в них. Следует иметь в виду, что ограниченный перечень задач (до 3) делает примитивной сущность исследования, а избыточный перечень (более 7) лишает исследование конкретности и глубины.

подавляющее большинство ВКР в связи с особенностями направления «Торговое дело», как правило, имеет четко выраженный научно-исследовательский характер, часто вызывает необходимость не менее четкого определения состава инструментов, методических приемов и алгоритмов, используемых при решении поставленных задач.

Содержательная структура ВКР включает:

- **введение**, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;

- **теоретическая часть**, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

- **практическая часть**, в которой студент должен продемонстрировать умение использовать для решения поставленных им в работе задач теоретических знаний. Студент должен провести обобщение и анализ собранного фактического материала, результаты которого должны найти свое отражение в тексте выпускной квалификационной работы;

- **заключительная часть** должна содержать выводы по проведенной работе, а также предложения или рекомендации по использованию полученных результатов;

- список использованной литературы.

Введение представляет собой краткое резюме ВКР. Здесь приводится обоснование актуальности выбранной темы, цель и задачи выпускной квалификационной работы, объект и предмет изучения, состав методических приемов, применяемых при решении задач, сведения об источниках информации, которыми пользовался автор при подготовке работы. Важной частью введения является краткая констатация теоретических, методических и практических результатов проведенного исследования, сведения о научной новизне и практической значимости использованных выводов и рекомендаций, об их апробации на студенческих научных конференциях или в практике деятельности предприятий, если это имело место.

В конце введения приводится краткая количественная характеристика объема и структуры работы, использованных иллюстративных материалов и литературных источников.

В первом разделе рассматриваются теоретические аспекты темы, при этом первоначально всесторонне характеризуется объект исследования: рынок товаров или услуг (международный, региональный, страновой), организация (международная корпорация, холдинг, фирма, банк и т.п.), условия функционирования объекта (политическая и экономическая стабильность региона, страны), особенности поля деятельности (инфраструктура, действующие льготы и ограничения, развитие транспортных путей, национальные особенности и т.д.).

Изучение теоретических вопросов темы предполагает анализ взглядов, концепций, установок, нашедших отражение в монографиях, научно-производственных и производственных изданиях, статьях, тезисах докладов и выступлениях на научных конференциях и семинарах. На основе выполненного анализа уточняется степень разработанности, состав и содержание вопросов, нуждающихся в дальнейшем изучении.

Правильность принятых в этом разделе теоретических положений (выдвинутых дипломником или выбранных им из состава известных) должна быть подтверждена в последующих частях работы.

Второй – методический – раздел ВКР посвящается разработке, совершенствованию, уточнению или обоснованию выбора методики проведения исследований. Это может быть

методика проведения маркетинговых исследований в целом, исследований стратегий, прогноза конкурентоспособности предприятия, товара, услуг, динамики развития отдельных рынков, исследований социально-этических проблем в маркетинге, мотивации потребительского поведения, механизмов принятия решений и др. Раздел должен завершаться выводами, характеризующими достижения магистра в методическом аспекте.

В третьей – организационно-экономической (прикладной) части ВКР излагаются промежуточные и конечные результаты исследований, проведенных по ранее принятой методике. Эти результаты должны представляться в графической (графики, диаграммы, табуляграммы) или табличной форме с обязательной интерпретацией полученных результатов и соответствующими выводами.

Обязательным структурным элементом прикладной части работы является описание результатов авторского маркетингового исследования, которое должно включать план проведения исследования, табличную часть и ее визуализацию в виде диаграмм, аналитическую часть.

В этом же разделе разрабатываются предложения (рекомендации), направленные на использование полученных результатов в практике, и оформляемые в виде проекта мероприятий, рекомендуемых к внедрению, включающего обоснование необходимости и состав предлагаемых мероприятий, базовую методологию и методику их реализации, бюджет и прогноз экономической эффективности от их реализации.

Для оценки экономической эффективности предложенных мероприятий первоначально излагается соответствующая методика, а затем приводятся расчеты, позволяющие количественно оценить предполагаемый экономический эффект. В тех случаях, когда экономический эффект может возникать у двух или нескольких участников изучаемого процесса, желательно осуществлять его оценку у каждого участника отдельно. Данное положение полностью относится к оценке социального эффекта, если дипломнику удастся доказать возможность возникновения этого эффекта в ходе реализации предложенных мероприятий.

В заключении ВКР кратко и логически обоснованно излагаются наиболее важные конкретные результаты проработки темы. Желательно соблюдать последовательность изложения заключения: теоретические выводы, оценка сложившейся ситуации, методические особенности решения вопросов (проведения исследования, выполнения анализа, расчета эффекта и др.) с выявлением сущности и новизны, конкретные результаты проведенных анализов и расчетов.

Завершается работа списком использованных источников и приложениями. В список использованных источников включаются все источники, на которые есть ссылки в тексте работы, а также изученные в процессе выполнения работы издания, материалы которых повлияли на структуру работы и ее основные положения.

К неосновному тексту ВКР относятся приложения, в состав которых входят таблицы (особенно громоздкие) с первичными данными, вспомогательные материалы и документы. Наличие в ВКР приложений не является обязательным. Примерное содержание выпускной квалификационной работы представлено в Приложении 1.

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

Процедура защиты ВКР служит инструментом, позволяющим государственной экзаменационной комиссии сформировать обоснованное суждение о том, достиг ли ее автор в ходе освоения образовательной программы результатов обучения, отвечающих квалификационным требованиям ФГОС ВО.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно

решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

2.3.3 Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой маркетинга и торгового дела и утверждаются учебно-методическим советом факультета ежегодно.

Студент может самостоятельно выбрать одну из тем, либо предложить собственную, обосновав целесообразность ее разработки и согласовав свое предложение с научным руководителем и заведующим кафедрой. При выборе и формулировке темы следует стремиться к ее проблемной постановке, т.е. выразить желаемый результат проводимого исследования в достаточно конкретной форме.

Выбрать тему и согласовать ее с научным руководителем следует в начале 7-го семестра периода обучения не позднее 1-го октября, в подтверждение чего на кафедру маркетинга и торгового дела подается соответствующее заявление, подписанное студентом и научным руководителем.

Тема выпускной квалификационной работы должна быть направлена на решение актуальной комплексной проблемы маркетинговой деятельности торгового предприятия или иного предприятия, осуществляющего активную сбытовую деятельность на рынке, отражать достигнутый уровень знаний в рассматриваемой области и соответствовать избранному направлению подготовки. Результаты проработки вопросов по теме должны иметь практическое значение для конкретного объекта исследования. Соответственно выбор темы осуществляется одновременно с оценкой возможности ее реализации на реальном предприятии.

Актуальность темы необходимо обосновать: анализом литературных источников; подбором статистических данных, отражающих ситуацию, сложившуюся в данный момент времени; доказательством необходимости разрешения сложившейся ситуации..

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении 2.

Требования к выпускной квалификационной работе

Выпускная квалификационная работа выполняется на листах формата А4 машинописным способом и содержит следующие основные элементы: титульный лист (см. Приложение), содержание, введение, основную часть, заключение, библиографический список, приложения.

Текст работы должен быть размещен с выделением свободных полей следующих размеров: слева – 25–30 мм, справа – не менее 10 мм, сверху и снизу – 20–25 мм. При использовании текстового редактора Microsoft Word необходимо выбирать шрифт Times New Roman, размер 14 пт., междустрочный интервал полуторный, цвет только черный. Выделение жирным и курсивом может применяться по мере целесообразности, например, для заголовков глав. Функция «автоматическая расстановка переносов» должна быть включена. Абзац начинается с красной строки, его размер – 1 см. Никаких дополнительных интервалов между абзацами не допускается. Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного, номера страниц наносятся в свободном поле в правом верхнем углу листа (номер на титульном листе не наносится!). Приложения нумеруются отдельно.

В оглавлении необходимо указать номер страницы для каждой главы и параграфа (кроме приложения). Содержание, введение, заключение, список литературы не должны нумероваться. Нумерация разделов осуществляется с использованием арабских цифр: для главы 1, 2, 3..., для параграфов – 1.1, 1.2, 1.3 и т.п. Более дробная рубрикация для курсовой работы не рекомендуется. Заголовок главы или параграфы должен быть расположен по центру и отделен от текста дополнительным интервалом. Между заголовками главы и

параграфа дополнительный интервал не вводится. В названии работы на титульном листе и в заголовках переносы осуществляются по словам. Точки в конце названия темы и в заголовках не ставятся. Каждая глава должна начинаться с новой страницы.

ВКР должна иметь твердый переплет. Пример оформления титульного листа ВКР представлен в приложении 3.

Информационные технологии, применяемые при подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работ: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	Написание и оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
7	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (дипломной работы). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
8	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	Методические указания написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya .

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание выпускной квалификационной работы выпускника и ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ОП ВО представлена в таблице:

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства
1	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем

		<p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи; Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них</p>	<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
2	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p> <hr/> <p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

		<p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков; Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
3	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	

		<p>Владеет навыками анализа правовой действительности; Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
4	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности; Знает способы решения поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-</p>
		<p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p>	

		<p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
5	<p>ИУК-2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
		<p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p>	

		<p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
6	<p>ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющих ресурсы и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов; Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
		<p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	

		<p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений; Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
7	<p>ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о
		<p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</p>	

		<p>Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели;</p> <p>Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>	<p>выполнении ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
8	<p>ИУК-3.2</p> <p>Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации;</p> <p>Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе;</p>	
		<p>Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды.</p>	
		<p>Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели;</p> <p>Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p>	

9	ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия; Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p>	
		<p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p>	

10	ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)	Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации;</p> <p>Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета.</p> <p>Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями;</p> <p>Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характера.</p>	
11	ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами	Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных

		<p>Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации</p>	<p>автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
12	<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об</p>
		<p>Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p>	

		<p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
13	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различие этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия;</p> <p>Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об

		<p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию;</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
14	<p>ИУК-5.2</p> <p>Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</p>	<p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия; Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
15	<p>ИУК-5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития; Знает историю становления и развития государственности.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p>

		<p>Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории;</p> <p>Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
16	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе;</p> <p>Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об
		<p>Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп</p>	

		<p>Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
17	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <hr/> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы,

		<p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>	<p>в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
18	<p>ИУК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <hr/> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития;</p> <p>оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления

		<p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p>	<p>ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
19	<p>ИУК-7.1</p> <p>Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических
		<p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	

		<p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности</p>	<p>указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
20	<p>ИУК-7.2</p> <p>Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	
		<p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	

21	<p>ИУК-8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p>	
		<p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях; Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>	

22	ИУК-8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему	Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
23	ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями	Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

	<p>здоровья и инвалидами</p>	<p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах; Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
--	------------------------------	--	--

		<p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
24	<p>ИУК-10.1</p> <p>Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность

	<p>поведение экономических агентов</p>	<p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
25	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность;</p> <p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p> <p>Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами;</p> <p>Умеет обосновывать принятие экономических решений</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней

		<p>Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей;</p> <p>Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
26	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения;</p> <p>Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных

	правовых норм	<p>Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции;</p> <p>Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p>	<p>автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства;</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
27	ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера в профессиональной сфере	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28	ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики,		<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

	технологии, организации и управления торгового коммерческого предприятия	Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
29	ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торговой экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах	Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
30	ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
31	ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие
32	ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения		квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР

	бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности. Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.	в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
33	ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
34	ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности;	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
35	ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в	

		<p>т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>	
36	<p>ИОПК-3.1</p> <p>Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торговых-экономических процессов на интернациональном уровне</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
37	<p>ИОПК-3.2</p> <p>Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	<p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p> <p>Осуществлять организацию</p>	
38	<p>ИОПК-3.3</p> <p>Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы</p>		

	торгово-экономических процессов на микроуровне	процесса обслуживания покупателей на пред-приятнях торговли. Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
39	ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия		
40	ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
41	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания. Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
42	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгового-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент. Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом. Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
43	ИОПК-4.3	Владеет аналитическими	

	Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии	способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
44	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торговых экономических процессов		
45	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
46	ИОПК-4.6 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной		

	деятельности		
47	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
48	ИОПК-5.1 Применяет базовые компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности. Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
49	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач		
50	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач		
51	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
52	ИОПК-6.1 Понимает		– апробация результатов

	принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;	исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
53	ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач	виды и требования к оформлению коммерческой документации. Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
54	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
55	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
56	ИПК-1.2 Исследует и выявляет		– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

	особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
57	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
58	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
59	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	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;	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
60	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	распознавать разные виды фальсификации. Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;	– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования

		<p>правилами проведения идентификации для установления подлинности товара; методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>	
61	ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать. Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
62	ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		
63	ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
64	ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
65	ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о		

	поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
66	ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами		
67	ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики		
68	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия		
69	ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной		

	деятельностью		
70	ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
71	ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях	<p>Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p> <p>Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний</p> <p>Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест.</p> <p>Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса.</p> <p>Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.</p> <p>Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода,</p> <p>Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.</p> <p>Способностью принимать</p>	
72	ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании		
73	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
74	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных		

	<p>потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов</p>	<p>управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса. Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>
75	<p>ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде</p>	
76	<p>ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия</p>	
77	<p>ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ</p>	
78	<p>ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия</p>	

79	<p>ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера</p>		
80	<p>ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>		
81	<p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p>		
82	<p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p>		
83	<p>ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о</p>		

	поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
84	ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности		
85	ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода		
86	ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения		
87	ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
88	ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств	Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по

	маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации	Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями. Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями	материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
89	ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
90	ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	Умеет управлять персоналом торговых предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
91	ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях. Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия.	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
92	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в	навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность,	

	медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	<p>качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.</p> <p>Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних воз-можностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений</p> <p>навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере;</p> <p>основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы</p> <p>Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий</p> <p>Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.</p>
93	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	
94	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	
95	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	
96	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых	

	программ		
97	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин		
98	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
99	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия		
100	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия		
101	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в		

	оффлайн и онлайн-среде		
102	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга		
103	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров		
104	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

Показатели оценки выпускной квалификационной работы

Оценка (шкала оценивания)	Описание показателей
Продвинутый уровень – оценка отлично	Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, отражаются собственный вклад автора, оригинальность, нестандартность мышления. В работе отражены результаты глубокого авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявлены и сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает передовые методики по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, имеют комплексный характер и решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Присутствует авторский вклад. ВКР оформлена в полном соответствии с требованиями методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР и сопровождается качественно выполненной презентацией. Студент предоставил полные

	содержательные ответы на все вопросы членов ГЭК. Наличие призовых мест в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР
Повышенный уровень – оценка хорошо	Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, но авторский вклад и оригинальность мышления отражаются не полностью. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, не чётко сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает незначительную часть передовых методик по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, однако обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования решают не в полной мере. Авторский вклад незначителен. Имеются некоторые отклонения от требований методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил ответы на все вопросы членов ГЭК, но с некоторыми затруднениями. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР
Базовый (пороговый) уровень – оценка удовлетворительно	Содержание темы раскрыто фрагментарно, авторский вклад незначителен, оригинальность мышления не находит своего отражения. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, однако не обозначены маркетинговые проблемы объекта исследования, либо проблемы не четко сформулированы и не охарактеризованы. Методики по изучению раскрываемой темы, отражённые в методической части ВКР, носят фрагментарный характер, не являются передовыми. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части, не актуальны и не решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Авторский вклад незначителен. Имеются многочисленные отклонения от требований методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике исследования. Доклад выпускника раскрывает содержание ВКР не в полной мере, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил не полные и не содержательные ответы на вопросы членов ГЭК либо ответил не на все вопросы. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР
Недостаточный	Раскрытие содержание темы, авторский вклад и оригинальность

уровень – оценка неудовлетворительно	мышления отсутствуют. В работе отсутствуют результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, маркетинговые проблемы объекта исследования не обозначены. Методики, отражённые в методической части ВКР не относятся к раскрываемой в ВКР теме или методическая часть отсутствует. Предложения и рекомендации выпускника отсутствуют или не актуальны и не связаны с исследуемой темой и объектом исследования. Оформление ВКР не соответствует требованиям методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Доклад выпускника не раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует. Студент затруднялся отвечать на вопросы членов ГЭК. Выпускник не принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР
--------------------------------------	---

После публичного заслушивания всех ВКР, представленных на защиту, проводится закрытое заседание экзаменационной комиссии. На закрытом заседании комиссии обсуждаются результаты прошедших защит, выносится согласованная оценка по каждой выпускной квалификационной работе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Оценка выносится простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равенстве голосов, решающим является голос председателя).

По окончании закрытого заседания возобновляется публичное открытое заседание комиссии, на которое вместе со студентами приглашаются все желающие. Председатель кратко подводит итоги, объявляет оценки по защищенным на данном заседании выпускным квалификационным работам и другие результаты, в том числе о присуждении (не присуждении) каждому выпускнику искомой степени (квалификации), о выдаче дипломов с отличием и др. Выпускник, получивший неудовлетворительную оценку при защите выпускной квалификационной работы, отчисляется из университета.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Костецкий А.Н. Маркетинг: ключевые темы: учеб. пособие / А.Н. Костецкий. – Краснодар: КубГУ, 2016. 50 экз.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс; [пер. с англ.]. - 5-е европейское изд. - Москва: Вильямс, 2018. - 751 с. : ил. 80 экз
3. Мескон, Майкл. Основы менеджмента [Текст] = Management : [учебное пособие] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - М. : Вильямс, 2012. - 665 с. 97 экз.
4. Моосмюллер, Гертруда. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик . - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 199 с. 15 экз.
5. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - М.: Юрайт, 2017. - 474 с. - <https://urait.ru/book/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs-406757>.

б) дополнительная литература:

1. Кумар, Нирмалия. Маркетинг как стратегия [Текст] = Marketing as Strategy : роль генерального директора в интенсивном развитии компании и внедрении инноваций / Нирмалия Кумар ; авт. предисл. к рус. изд. И. Липсиц ; науч. ред. О. Ойнер; [пер. А. Нестеров] . - М. : Претекст, 2011. - 342 с. : ил. 5
2. Маркетинговые показатели [Текст] = Marketing Metrics: более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / П. У. Фэррис, Н. Т. Бендл, Ф. И. Пфайфер, Д. Дж. Рейбштейн; пер. с англ. А. А. Шамрай; под науч. ред. И. В. Тараненко. - Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009. - 445 с. : ил. 3 экз.
6. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : Юрайт, 2012. - 540 с. 17 экз.
7. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент [Текст] = A framework for marketing management : экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. И. Малкова ; под науч. ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с. 20 экз.
8. Черчилль, Гильберт А. Маркетинговые исследования [Текст] : [учебник] / Гильберт А. Черчилль, Том Дж. Браун ; [пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева]. - 5-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2010. - 699 с. 14 экз.
9. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. – URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939859>.
10. Семенова, Е.Е. Международная торговля [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Е. Семенова, Ю.П. Соболева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 260 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278885>.
11. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 521 с. URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-412914>
12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. URL: <https://urait.ru/book/sovremennyye-modeli-marketinga-415979>.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. «Маркетинг». Периодический журнал.
4. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
5. «Маркетинг и маркетинговые исследования». «Издательский дом Гребенникова»
6. «Практический маркетинг»
7. Российский журнал менеджмента. <http://www.rjm.ru/>
8. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.media-professional.ru/tema.php?page=1>
9. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>

4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com

5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работ

Цель методических рекомендаций по самостоятельной работе обучающихся при подготовке к ВКР – определить роль и место самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР; конкретизировать ее уровни, формы и виды; обобщить методы и приемы выполнения ВКР; объяснить критерии оценивания.

Самостоятельная работа обучающихся (СР) при подготовке к ВКР является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации ВКР, так как способствует развитию самостоятельности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа – это познавательная деятельность, когда последовательность мышления обучающегося при подготовке ВКР, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим обучающимся. Студент в процессе подготовки к ВКР должен не только освоить учебные программы, но и приобрести навыки планирования и выполнения самостоятельной работы.

Целью самостоятельной работы при подготовке к ВКР является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

При подготовке ВКР экономического факультета КубГУ практикуются следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.);
- проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы;
- подготовка и написание выпускной квалификационной работы;
- подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада).

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ.

Порядок выполнения ВКР регламентирован в «Положении о подготовке и защите выпускных квалификационных работ» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Продолжительность подготовки ВКР определяется учебным планом.

Список рекомендуемых тем ВКР утверждается выпускающей кафедрой и доводится до сведения выпускников не позднее, чем за восемь месяцев до защиты ВКР.

Выпускнику может предоставляться право выбора темы ВКР в порядке, определяемом заведующим выпускающей кафедры, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки. Выпускник обязан выбрать примерную тему ВКР не позднее, чем за шесть месяцев до защиты ВКР. Утверждение темы и руководителей ВКР оформляются приказом ректора университета по представлению декана факультета не позднее 15 декабря текущего учебного года.

Для руководства ВКР заведующим кафедрой назначается научный руководитель в сроки, не позднее утверждения учебной нагрузки на следующий учебный год.

Определяющим при назначении научного руководителя ВКР является его квалификация, специализация и направление научной работы. При необходимости студенту назначаются консультанты.

Смена научного руководителя и принципиальное изменение темы ВКР возможны в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой не позднее трех месяцев до защиты ВКР.

Окончательные варианты темы ВКР, выбранные выпускником и согласованные с научным руководителем, утверждаются выпускающей кафедрой не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР

Научный руководитель ВКР осуществляет руководство и консультационную помощь в процессе подготовки ВКР в пределах времени, определяемого нормами педагогической нагрузки.

Первый этап процесса выполнения работы после выбора темы – формирование предварительного плана. План ВКР разрабатывается студентом на основании изучения литературных источников и установления состава вопросов, подлежащих исследованию. Именно обоснованным набором отмеченных вопросов определяется структура ВКР. Примерный план работы приведен в прил. 2. Список рекомендуемых тем ВКР приведен в приложении 1, а образец титульного листа в приложении 3.

Научный руководитель работы рассматривает предложенный студентом план и при необходимости вносит в него соответствующие коррективы. На основе плана магистерской диссертации научный руководитель оказывает студенту помощь в разработке календарного графика работы.

Научный руководитель работы:

- рекомендует студенту основной перечень литературных и других источников по теме;

- проводит систематические консультации студента и проверки выполнения магистерской диссертации.

Информация о ходе выполнения ВКР регулярно обсуждается на научных семинарах. При нарушении сроков выполнения разделов работы на заседании кафедры устанавливаются причины сложившейся ситуации и принимаются меры к ликвидации отставания. В этом случае на заседание кафедры приглашаются студенты.

Выпускающая кафедра обеспечивает студентов до начала выполнения ВКР соответствующими методическими указаниями.

ВКР выполняется студентами, как правило, на материалах промышленных, торговых, финансово-кредитных, автотранспортных, посреднических и других предприятий.

За достоверность приведенной в ВКР информации несет ответственность ее автор.

Календарный план написания отдельных разделов ВКР составляется студентом и согласовывается с научным руководителем, который контролирует ход выполнения работы. В целом ВКР должна быть завершена и представлена научному руководителю для предварительной проверки не позднее, чем за три недели до объявленной даты защиты.

В течение недели научный руководитель дает все необходимые содержательные замечания, требующие доработки и исправления, а также проверяет соответствие работы требованиям к ее оформлению. После проверки студент должен иметь не менее недели для окончательного устранения всех замечаний. Полностью завершенная работа проходит процедуру нормоконтроля, цель которой – проверка работы на соответствие государственным стандартам оформления письменных студенческих работ. Функции нормоконтролера выполняет научный руководитель. При отсутствии содержательных и формальных замечаний магистрант и научный руководитель подписывают работу, после чего она переплетается и вместе с отзывом научного руководителя представляется на

выпускающую кафедру для принятия решения о допуске к защите не позднее, чем за одну неделю до даты защиты. Решение о допуске может быть принято заведующим кафедрой или при необходимости коллегиально на заседании кафедры. Положительное решение подтверждается подписью заведующего кафедрой на титульном листе работы. В случае неготовности работы или ее низкого уровня научный руководитель или кафедра ставят вопрос о снятии работы с защиты или ее переносе на более поздний срок.

Порядок и сроки представления ВКР научному руководителю и в ГЭК.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Подготовленная и полностью оформленная работа вместе с отзывом научного руководителя и, при наличии, рецензией, справками о практическом использовании результатов представляется на выпускающую кафедру для прохождения нормоконтроля и последующей процедуры предварительной защиты.

Факультет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы. Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются организацией в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная аттестационная комиссия оценивает актуальность темы исследования, постановку цели и задач, новизну и оригинальность результатов, полученных автором, общий квалификационный уровень работы, умение автора отразить результаты в докладе и отвечать на вопросы по теме исследования. После завершения защиты всех ВКР, предусмотренных по графику на текущий день, объявляется перерыв для обсуждения членами комиссии итогов защиты и выставления окончательной оценки студентам. Результаты защиты определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения. Председатель ГЭК сообщает выпускникам окончательные итоги защиты выпускных квалификационных работ. Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ.

Порядок проведения ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

- продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

7. Материально-техническое обеспечение ГИА

Для подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работ обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. 206 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Примерное содержание выпускной квалификационной работы

Введение

1. Теоретические основы оценки деятельности конкурентов в составе маркетинговой деятельности предприятия

1.1. Конкуренция в системе факторов маркетинговой деятельности предприятия и современные подходы к ее исследованию

1.2. Роль и значение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

1.3. Организационно-экономическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

2. Методическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности торговых центров

2.1. Современные методы мониторинга, анализа и оценки деятельности конкурентов в маркетинге

2.2. Методы исследования потребительского поведения при решении информационных задач мониторинга конкурентов

2.3. Информационные модели и особенности их использования при организации мониторинга конкурентов

3. Исследование тенденций и особенностей конкурентной борьбы торговых центров с использованием мониторинга в качестве инструмента маркетинга

3.1. Динамика, факторы и тенденции развития сферы розничной торговли в экономике России

3.2. Особенности конкурентной борьбы в сегменте торговых центров сферы розничной торговли Краснодарского края

3.3. Маркетинговое исследование конкурентных позиций торговых центров Краснодара

3.4. Проект внедрения информационной модели мониторинга конкурентов в маркетинговую деятельность торгового центра

Заключение

Список использованной литературы

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки «Торговое дело»,
направленность (профиль) «электронная коммерция и интернет-маркетинг»**

1. Разработка предложений и реализация проекта совершенствования работы онлайн-каналов взаимодействия с покупателями торговой сети
2. Совершенствование методов формирования лояльности клиентов в виртуальной среде в сфере HoReCa (на примере конкретного предприятия)
3. Использование технологий Big Data для повышения эффективности маркетинговых решений в деятельности интернет-магазина
4. Формирование контент-стратегии бренда в социальных сетях с учетом характеристик пользователей и целей бизнеса
5. Разработка стратегии digital-маркетинга предприятия с целью комплексного продвижения профессиональных услуг на B2B-рынке
6. Оценка эффективности и разработка комплекса мероприятий по повышению узнаваемости и юзабилити интернет-сайта компании средствами маркетинга
7. Совершенствование маркетинговой деятельности компании с помощью инструментов продвижения бренда в онлайн-среде
8. Разработка методов формирования имиджа компании на основе использования инструментов продвижения бренда в сети Интернет
9. Разработка стратегии позиционирования товара на целевом рынке с помощью инструментов Интернет-маркетинга
10. Планирование и организация продаж товаров фирмы на основе анализа каналов сбыта в онлайн-среде
11. Формирование маркетинговой стратегии Интернет-магазина на основе использования инструментов мерчандайзинга в онлайн-среде
12. Разработка и совершенствование методов формирования и управления имиджем компании в онлайн-среде.
13. Планирование и реализация SMM-стратегии в рамках общей коммуникационной политики компании.
14. Совершенствование коммуникационной политики компании на основе digital-инструментов.
15. Оценка конкурентоспособности предприятия онлайн-торговли.
16. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия электронной коммерции на основе современных инструментов маркетинговой логистики.
17. Повышение эффективности деятельности предприятия электронной коммерции с использованием инструментов цифрового маркетинга.
18. Управление имиджем компании в онлайн-среде на основе инструментов Digital-PR.
19. Организация и планирование продвижения бренда на основе интернет-коммуникаций.
20. Совершенствование маркетинговой стратегии с использованием инструментов интернет-маркетинга.
21. Разработка стратегии онлайн-продвижения интернет-магазина.
22. Особенности маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде.
23. Разработка веб-сайта компании и оценка его эффективности.
24. Управление взаимоотношениями с клиентами в онлайн-среде.
25. Управление продуктовым портфелем предприятия электронной коммерции.
26. Построение интегрированных онлайн и офлайн маркетинговых коммуникаций и управление ими.

27. Выбор и обоснование стратегии ценообразования в электронной торговле.
28. Совершенствование торгово-экономической деятельности на базе внедрения комплексного анализа рекламных кампаний в сети Интернет
29. Пути совершенствование бизнеса на основе позиционирования в сети Интернет
30. Особенности использования интернет-технологий маркетинга в сфере торговли товарами детского ассортимента
31. Роль Интернета как источника маркетинговой информации в разработке и внедрении новых продуктов на рынок
32. Геймификация как инструмент повышения эффективности продвижения бизнеса

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра маркетинга и торгового дела

Допущена к защите в ГАК

«...».....2021 г.

зав. кафедрой маркетинга

и торгового дела

_____ А.Н. Костецкий

РАЗРАБОТКА ВЕБ-САЙТА КОМПАНИИ И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Выпускная квалификационная работа

Работу выполнил

Кузнецов Р.А.

Факультет экономический

Направление бакалавриата 38.03.06 «Торговое дело»

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент

Костецкий А.Н.

Нормоконтролер

Костецкий А.Н.

Краснодар 2021

Индекс	Наименование дисциплин Компетенции	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	УК-11	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6
Б1.О.16	Бухгалтерский учет в торговле													+										
Б1.О.17	Микроэкономика														+									
Б1.О.18	Экономика торгового предприятия														+									
Б1.О.19	Организационное поведение			+																				
Б1.О.20	Маркетинг															+								
Б1.О.21	Менеджмент в коммерческих организациях												+			+								
Б1.О.22	Основы проектной деятельности		+																					
Б1.О.23	Основы системного анализа и принятия решений	+																						
Б1.О.24	Статистика													+										
Б1.О.25	Организация, технология и проектирование торговых предприятий																+							
Б1.О.26	Правовое регулирование профессиональной деятельности															+								
Б1.О.27	Финансы коммерческого предприятия															+								
Б1.О.28	Рыночные исследования и анализ данных													+										
Б1.О.29	Профессиональные компьютерные программы																+							
Б1.О.30	Налоги и налогообложение															+								
Б1.О.ДЭ.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту							+																
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений																		+	+	+	+		

Индекс	Наименование дисциплин Компетенции	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	УК-11	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6
Б1.В.01	Основы товароведения и экспертизы в торговле																		+					
Б1.В.02	Поведение потребителей																		+	+	+			
Б1.В.03	Маркетинговые исследования																		+	+				
Б1.В.04	Розничные торговые предприятия и сети																				+			
Б1.В.05	Контент-менеджмент																					+		
Б1.В.06	Продвижение в социальных сетях																				+	+		
Б1.В.07	Ценообразование на коммерческом предприятии																		+					
Б1.В.08	Веб-дизайн																			+	+	+		
Б1.В.09	Маркетинговые коммуникации																					+		
Б1.В.10	Медиапланирование и Public Relations																					+		
Б1.В.11	Распределительно-логистические системы																				+			
Б1.В.12	Реклама и продвижение в интернет																				+	+		
Б1.В.13	Маркетинг в международной торговле																				+			
Б1.В.14	Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ																				+	+		
Б1.В.15	Стратегии интернет-маркетинга																			+	+	+		
Б1.В.16	Управление интернет-проектами																					+		
Б1.В.17	Корпоративная социальная ответственность																				+			
Б1.В.18	Мерчандайзинг																				+			
Б1.В.19	Поисковая оптимизация																				+	+		

Индекс	Наименование дисциплин Компетенции	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	УК-11	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6
Б1.В.20	Практикум по продажам																				+			
Б1.В.21	Веб-аналитика																			+	+	+		
Б1.В.22	Торговые выставки и ярмарки																					+		
Б1.В.23	Управление интеллектуальной собственностью																						+	
Б1.В.24	Управление продуктом и ассортиментом																		+					
Б1.В.25	Формирование и управление партнёрскими отношениями													+										
Б1.В.26	Брендинг и собственные торговые марки														+									
Б1.В.27	Маркетинговый аудит															+								
Б1.В.28	Методы анализа и прогнозирования спроса													+										
Б1.В.29	Практикум по креативному маркетингу															+								
Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины 1 (ДЭ.1)														+									
	Торговля товарами промышленного назначения														+									
	В2В-маркетинг														+									
Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины 2 (ДЭ.2)													+										
	Методы стратегического анализа													+										
	Конкурентный анализ в отрасли													+										
Б2	Практика												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Б2.О	Обязательная часть												+	+	+	+	+	+						
Б2.О.01	Учебная практика, в т.ч.:												+	+	+	+	+	+						
Б2.О.01.01	Ознакомительная практика												+	+	+	+	+	+						
Б2.В	Часть, формируемая																		+	+	+	+		

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) направленность (профиль) «Электронная коммерция и интернет-маркетинг», разработанную ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Основная профессиональная образовательная программа (далее ОПОП) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата) профиль подготовки «Электронная коммерция и интернет-маркетинг», реализуемая в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», представляет собой систему учебно-методических документов, регламентирующих цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, систему оценки качества подготовки выпускника.

ОПОП разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, уровень бакалавриата, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.20 № 963, с учетом требований рынка труда, а также на основе профессиональных стандартов «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «16» мая 2019 г. № 95н и «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» июня 2018 г. № 366н.

Образовательная программа, представленная к рецензированию, имеет своей целью формирование у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также развития у них личных качеств и мотивации на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности. Квалификация выпускника, обучающегося по данной программе – **«бакалавр»**.

По рецензируемой основной профессиональной образовательной программе представлены следующие документы:

- копия ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата);
- рабочий учебный план;
- аннотации рабочих программ учебных дисциплин;
- матрица соответствия требуемых компетенций;
- сведения об обеспеченности ООП учебно-методической литературой;
- программа государственной итоговой аттестации и фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации;
- рабочие программы практик студентов;
- сведения о кадровом обеспечении образовательного процесса.

Качество содержательной составляющей учебного плана ОПОП по направлению подготовки «Торговое дело» (уровень бакалавриата) соответствует предъявляемым требованиям. Дисциплины, предусмотренные

учебным планом, в полной мере обеспечивают качество подготовки выпускника высшего учебного заведения достаточное для реализации, полученных знаний в ходе решения профессиональных задач в современных экономических условиях.

Учебные дисциплины логично распределены по семестрам, изучение более сложных дисциплин базируется на ранее изученном материале. По каждой дисциплине определены компетенции выпускника, формируемые в процессе освоения образовательной программы (универсальные, общепрофессиональные и профессиональные). Тем самым реализован компетентностно-ориентированный подход к формированию ОПОП.

Оценка рабочих программ по данной ОПОП позволяет сделать вывод о том, что содержание дисциплин соответствует всем типам задач профессиональной деятельности выпускника, предусмотренных ФГОС ВО, а именно: организационно-управленческая деятельность и аналитическая деятельность.

Разработчиками ОПОП построена матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП, в которой распределена совокупность компетенций выпускника на весь период обучения по элементам учебного плана.

Разработанная образовательная программа предусматривает серьёзную профессионально-практическую подготовку обучающихся в учебной и производственной практик. Все виды практик проводятся в тесном контакте Вуза и представителями региональных, федеральных и международных предприятий, функционирующих преимущественно в сфере торговли и маркетинговой деятельности, что способствует подготовке обучающихся к профессиональной деятельности.

Итоговая государственная аттестация по результатам освоения ОПОП предполагает защиту выпускной квалификационной работы бакалавра.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

По результатам проведённой экспертизы можно заключить, что образовательная программа, разработанная и реализуемая Кубанским государственным университетом, соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) профиль подготовки «Электронная коммерция и интернет-маркетинг», является актуальной и обеспечивает подготовку квалифицированных выпускников в области торгового дела и маркетинга.

Рецензент:

Декан экономического
факультета КубГУ, д-р экон. наук,
профессор, заслуженный экономист РФ


Шевченко И.В.

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) направленность (профиль) «Электронная коммерция и интернет-маркетинг», разработанную ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Представленная к рецензированию основная профессиональная образовательная программа представляет собой комплекс основных учебно-методических материалов, на основе которых организуется, осуществляется учебный процесс по направлению «Торговое дела» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Электронная коммерция и интернет-маркетинг» и контролируются его результаты.

Разработчиками ОПОП ВО были представлены следующие документы: учебный план, календарный учебный график, аннотации к рабочим программам учебных дисциплин (модулей), рабочие программы практик, программа государственной итоговой аттестации (ГИА), матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ОПОП ВО.

Образовательная деятельность по программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

Целью направления является подготовка квалифицированных специалистов и предпринимателей, а также менеджеров различных уровней управления и направлений торгово-розничной, сбытовой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельности предприятий и организаций всех форм собственности любых отраслей и сфер российской экономики, а также государственных органов управления, экспертизы и контроля коммерческой деятельности.

Отметим следующие важные моменты:

1. Общие положения по реализации ОПОП ВО разработаны с учетом рекомендаций Министерства образования и науки и в соответствии с требованиями, обозначенными в Федеральном образовательном стандарте по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, уровень бакалавриата.

2. Объекты, виды и сферы профессиональной деятельности обучающихся, отражённые в ОПОП ВО, полностью соответствуют требованиям ФГОС ВО и нацеливают выпускника на успешную профессиональную деятельность в области маркетинга и торгового дела.

3. Формирование у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, обозначенных в учебном плане и раскрытых в рабочих программах дисциплин и практик способствует формированию знаний, умений и навыков, необходимых для успешной реализации сформированного в ВУЗе потенциала в ходе выполнения реальных практических задач.

4. Учебный план предоставленной на экспертизу ОПОП ВО по направлению Торговое дело (уровень бакалавриата) направленность

(профиль) «Электронная коммерция и интернет-маркетинг» отличается четко выверенной логичностью, связанностью и соответствует ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса по реализуемой ОПОП ВО отличается своей полнотой и содержательностью. Комплекс учебно-методических материалов по всем дисциплинам, практикам и государственной итоговой аттестации по своему содержанию, структуре, реализуемым компетенциям обеспечивают качественную подготовку бакалавров по направлению «Торговое дело».

6. По каждому виду практик совместно с работодателями разработаны программы, составлены методические рекомендации по написанию и защите отчетов, содержание которых соответствует требованиям ФГОС ВО.

7. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «КубГУ», участвующих в реализации ОПОП соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих.

8. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в Вузе при реализации программы бакалавриата 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг» соответствует ФГОС ВО.

Основная профессиональная образовательная программа полностью соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, уровень бакалавриата, приказом Минобрнауки России от 12.08.20 № 963. ОПОП ВО создана в соответствии с потребностями регионального рынка труда в кадрах, получивших высшее образование. Выбор областей, объектов и видов деятельности из ФГОС ВО обусловлен профилем подготовки («Электронная коммерция и интернет-маркетинг»), а также потребностями заинтересованных работодателей. Бизнес структуры Краснодарского края демонстрируют динамичное развитие, поэтому актуальной проблемой в настоящий момент для регионального рынка является недостаточное количество и качество квалифицированных кадров. ОПОП ВО отвечает запросам регионального рынка труда и позволит выпускникам реализовать приобретённые в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» знания, умения и навыки в области маркетинга и торгового дела.

Рецензент:

Директор маркетингового агентства
«Маркита», канд. экон. наук



Мальковская Я.В.

ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Концептуально-ценностные основания организации воспитательного процесса при реализации образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Активная роль ценностей обучающихся КубГУ проявляется в их мировоззрении через систему ценностно-смысловых ориентиров и установок, принципов и идеалов, взглядов и убеждений, отношений и критериев оценки окружающего мира, что в совокупности образует нормативно-регулятивный механизм их жизнедеятельности и профессиональной деятельности.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации определены следующие традиционные духовно-нравственные ценности:

- приоритет духовного над материальным;
- защита человеческой жизни, прав и свобод человека;
- семья, созидательный труд, служение Отечеству;
- нормы морали и нравственности, гуманизм, милосердие, справедливость, взаимопомощь, коллективизм;
- историческое единство народов России, преемственность истории нашей Родины.

Принципы организации воспитательного процесса в КубГУ:

- системности и целостности, учета единства и взаимодействия составных частей воспитательной системы КубГУ (содержательной, процессуальной и организационной);
- природосообразности, приоритета ценности здоровья участников образовательных отношений, социально-психологической поддержки личности и обеспечения благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- культуросообразности образовательной среды, ценностно-смыслового наполнения содержания воспитательной системы и организационной культуры Университета, гуманизации воспитательного процесса;
- субъект-субъектного взаимодействия;
- приоритета инициативности, самостоятельности, самореализации обучающихся в учебной и внеучебной деятельности, социального партнерства в совместной деятельности участников образовательного и воспитательного процессов;
- со-управления как сочетания административного управления и студенческого самоуправления, самостоятельности выбора вариантов направлений воспитательной деятельности;
- соответствия целей совершенствования воспитательной деятельности наличествующим и необходимым ресурсам;
- информированности, полноты информации, информационного обмена, учета единства и взаимодействия прямой и обратной связи;
- единство учебной и внеучебной воспитательной деятельности.

1.2 Цель и задачи воспитания

Цель воспитательной работы – формирование гармоничной всесторонне развитой личности обучающегося университета, имеющего в качестве основы собственной жизненной позиции идеи патриотизма, ответственности, духовного и психологического благополучия, нравственного и физического здоровья, традиционные семейные ценности и культурное просвещение, заботу о согражданах, самоотдачу и труд во благо процветания страны, уважающего и культивирующего корпоративные ценности и традиции университета.

Университет нацелен на создание условий для личностного, профессионального и физического развития обучающихся, формирования у них социально значимых, нравственных качеств, активной гражданской позиции и моральной ответственности за принимаемые решения.

Задачи воспитательной работы в КубГУ:

- формирование национального самосознания, активной гражданской позиции, гражданской и социальной ответственности, патриотизма, уважения к законности и правопорядку, правам и законным интересам сограждан;
- создание условий для духовного и психологического благополучия обучающихся;
- формирование в студенческом сообществе установки на здоровый образ жизни, ответственное отношение к природной и социокультурной среде, самоотдачу и труд, создание семьи и

воспитание нового поколения в духе общечеловеческих традиционных ценностей, заботу об окружающих.

- создание условий для освоения обучающимися ценностей национальной и общечеловеческой культуры, формирования эстетических ценностей и вкуса, стремления к участию в культурной жизни российского общества;

- создание условий для общего личностного и профессионального развития, формирование целеустремленности и предприимчивости, конкурентоспособности в профессиональной и социально важных сферах, в том числе через участие в общественной жизни университета.

- формирование самосознания студентов в духе академических корпоративных ценностей и традиций университета и создание условий для самореализации личности студента.

- ориентирование обучающихся на гуманистические мировоззренческие установки и смысложизненные ценности в новых социально-политических и экономических условиях общества.

- выявление и поддержка талантливой молодежи, формирование организаторских навыков, творческого потенциала, вовлечение обучающихся в процессы саморазвития и самореализации;

- повышение уровня культуры безопасного поведения;

- формирование внутренней свободы и чувства собственного достоинства интеллигента и гражданина.

1.3 Методологические подходы к организации воспитательной деятельности при реализации ОП ВО

В основу общей рабочей программы воспитания положен комплекс методологических подходов, включающий: аксиологический (ценностно-ориентированный), системный, системно-деятельностный, культурологический, проблемно-функциональный, научно-исследовательский, проектный, ресурсный, здоровьесберегающий и информационный подходы.

При выборе методологических подходов целесообразно выбирать сочетание методов с учетом направленности (профиля) образовательной программы, используемых образовательных технологий, реализуемых форм обучения, контингента обучающихся.

2. СОДЕРЖАНИЕ И УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В РАМКАХ ОП ВО

2.1. Направления воспитательной работы при реализации ОП ВО

Среди направлений воспитательной работы выделяются следующие:

- создание условий для воспитания социально ответственной, патриотичной, эффективной личности, укрепление активной гражданской позиции обучающихся, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся;

- формирование у обучающихся чувства уважения к памяти защитников Отечества и подвигам героев Отечества;

- военно-спортивное воспитание

- воспитание казачьей молодежи

- духовно-нравственное воспитание на основе традиционных ценностей Православной культуры и культуры иных мировых религий

- формирование у обучающихся уважения к человеку труда и старшему поколению;

- формирование у обучающихся уважения к закону и правопорядку;

- формирование у обучающихся бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации;

- формирование у обучающихся правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства;

- формирование у обучающихся бережного отношения к природе и окружающей среде;

- популяризация студенческого спорта и физической культуры в молодежной среде;

- пропаганда и реализация идей здорового образа жизни;

- выявление и развитие творческих способностей обучающихся;

- системная работа, направленная на духовный рост, моральное и эстетическое воспитание обучающихся;

- развитие студенческого самоуправления, добровольческого (волонтерского) движения и усиление воспитательной составляющей в деятельности общественных организаций;

- профилактика антитеррористических угроз, националистических и экстремистских проявлений среди обучающейся молодежи, иных деструктивных форм поведения;
- развитие безбарьерной и комфортной воспитательной среды, учитывающей особенности взаимодействия с обучающимися, относящимися к категориям имеющих инвалидность, детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также обучающимися оказавшимися в сложной жизненной ситуации;
- обучение культуре поведения в сети Интернет, профилактика Интернет-зависимости, предупреждение рисков вовлечения обучающихся в противоправную деятельность через Интернет ресурсы;
- мониторинг иных асоциальных процессов в студенческой среде.

2.2. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе при реализации ОП ВО

Приоритетными видами деятельности обучающихся в воспитательной системе КубГУ выступают:

- волонтерская (добровольческая) деятельность;
- проектная деятельность;
- учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность;
- студенческое международное сотрудничество;
- деятельность и виды студенческих объединений;
- досуговая, творческая и социально-культурная деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий;
- участие в профориентации, днях открытых дверей, днях карьеры;
- погружение в предпринимательскую деятельность;
- другие виды деятельности обучающихся.

2.3. Формы и методы воспитательной работы, используемые при реализации ОП ВО

Под формами организации воспитательной работы понимаются различные варианты организации конкретного воспитательного процесса, в котором объединены и сочетаются цель, задачи, принципы, закономерности, методы и приемы воспитания в Университете.

В Университете используются следующие формы воспитательной работы:

- словесные (собрания, сборы, лекции, конференции, встречи, круглые столы);
- практические (походы, экскурсии, конкурсы, субботники);
- наглядные (выставки);
- индивидуальные (беседы, занятия);
- групповые (кружки, секции, студии, клубы);
- массовые (конференции, шествия, фестивали, концерты);
- иные.

Методы воспитания – способы влияния преподавателя/организатора воспитательной деятельности на сознание, волю и поведение обучающихся КубГУ с целью формирования у них устойчивых убеждений и определенных норм поведения.

В качестве методов, применяемых при организации воспитательной работы, в Университете используются:

- разъяснение;
- убеждение;
- переубеждение;
- совет;
- педагогическое требование;
- общественное мнение;
- пример;
- поручение и задание;
- упражнение;
- соревнование;
- стимулирование;
- контроль;
- самоконтроль;

- иные.

2.4. Планируемые результаты воспитательной работы при реализации ОП ВО

Программа воспитания способствует достижению результатов двух групп:

Внешние (количественные, имеющие формализованные показатели): победы обучающихся в конкурсах и соревнованиях, рост количества студенческих объединений, увеличение количества участников проектов и т.д.;

Внутренние (качественные, не имеющие формализованных показателей, т.к. принадлежат внутреннему миру человека): ценности, жизненные смыслы, идеалы, чувства, переживания и т.д.

Примеры планируемых результатов воспитательной работы

- сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству;
- сформированность военно-спортивных навыков, навыков оказания первой медицинской помощи и поведения в экстремальных ситуациях;
- умение проявлять патриотическую гражданскую позицию;
- готовность к выполнению гражданского долга;
- сформированность мировоззрения, основанного на уважении к праву и закону;
- знание гражданских обязанностей и прав;
- сформированность активной жизненной позиции;
- сформированность культуры здоровья на основе социально адаптированной и физически развитой личности;
- сформированность нравственных чувств, сопереживания, уважительного отношения к людям;
- умение планировать, контролировать и оценивать действия в соответствии с поставленной задачей;
- умение принимать правильные решения в различных жизненных ситуациях;
- другое.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»**

**ПРИМЕРНЫЙ КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
КУБАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
(на 2022/2023 учебный год)**

I. Анализ итогов воспитательной работы за прошедшей учебный год

Учебный год 2021/2022 проходил в условиях ограничений, связанных с профилактикой распространения коронавирусной инфекции, которые постепенно теряли свою жесткость по причине улучшения эпидемиологической обстановки, предпосылками чего в числе прочего стала вакцинация работников и обучающихся университета. Установленные ограничения некоторым образом отразились на количестве и содержании событий и мероприятий плана воспитательной работы. Небольшая часть мероприятий в условиях, исключающих очный формат проведения, не состоялась, или претерпела изменение формата проведения.

Учет опыта 2021/2022 учебного года показал необходимость адекватного ответа на новые вызовы, что подразумевает поиск новых форматов проведения уже привычных мероприятий и более гибкий подход к формированию плана воспитательной работы университета на новый учебный год.

На содержание воспитательной работы существенным образом повлияло начало проведения специальной военной операции. Среди студенческой молодежи появился отчетливый запрос на правильное понимание происходящих событий и определение своего места в новых условиях. Новую актуальность приобрели вопросы военно-спортивной подготовки, формирования навыков оказания первой медицинской помощи, действий в экстремальных ситуациях, активной добровольческой (волонтерской) деятельности, направленной на оказание помощи военнослужащим, их семьям, вынужденным переселенцам. Особую роль в сложившейся ситуации приобрели вопросы духовно-нравственного, патриотического воспитания, основанного на традиционных ценностях, одним из носителей которых на Кубани является казачество.

При формировании плана воспитательной работы на 2022/2023 учебный год университет отталкивается от новых реалий объективной действительности, запроса обучающейся молодежи, подразумевающего предпочтение очного формата событий и мероприятий заочному, деятельностное начало созерцательной активности, увеличение доли интерактивного участия в предлагаемых событиях, а также более активное собственное участие при планировании, организации и проведении мероприятий.

В центре внимания обучающейся молодежи расположились события патриотического толка, события, формирующие активную гражданскую позицию, волонтерские инициативы, навыки военно-спортивного толка, оздоровительные мероприятия и событийные инициативы, а также содействующие профориентации и трудоустройству.

II. Календарный план событий и мероприятий воспитательной направленности

Календарный план событий и мероприятий воспитательной направленности на 2022/2023 учебный год

Модуль 1. Гражданское воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Досуговая, социокультурная	ежемесячно	Мероприятия проекта «Открытый диалог»	очная	Руководитель Координационного центра по вопросам формирования у молодежи активной гражданской позиции, предупреждения межнациональных и межконфессиональных конфликтов, противодействия идеологии терроризма и профилактики экстремизма Начальник УВР Органы студенческого самоуправления	До 300
Научно-просветительская	ежемесячно	Публичные лекции в рамках проекта «Открытый университет»	смешанная	Проректор по учебной работе и качеству образования – первый проректор Проректор по ВР и СВ	От 100
Июнь					
Волонтерская, социокультурная	1 июня 2023 года	Волонтерские акции* в рамках Международного дня защиты детей	очная	Директор ВЦ Органы студенческого самоуправления	До 50
Июль					
Социокультурная, студенческое сотрудничество	Июль 2023 года	Организация участия студентов в губернаторском форуме молодежного актива «Регион-93»	очная	Начальник ОВР Органы студенческого самоуправления	До 100
Август					
Социокультурная, студенческое сотрудничество	Август 2022 года	Организация участия студентов в губернаторском форуме	очная	Начальник ОВР Органы студенческого самоуправления	До 100

		молодежного актива «Регион- 93»			
--	--	---------------------------------------	--	--	--

Модуль 2. Патриотическое воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Досуговая, социокультурная, творческая, деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	Ежемесячно	Участие студентов Казачьей сотни в федеральных, межрегиональных казачьих мероприятиях, мероприятиях Кубанского казачьего войска	очная	Проректор по ВР и СВ	100
Сентябрь					
Досуговая, социокультурная, творческая, деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	Последняя декада сентября	Организация участия студентов КубГУ в гражданско-патриотических мероприятиях федерального и краевого уровней	Смешанная	Начальник ОВР Деканы факультетов, директора институтов Органы студенческого самоуправления	До 400
Досуговая, социокультурная, просветительская	Последняя декада сентября	Мероприятия ко дню образования Краснодарского края	очная	Начальник УВР, директор МКДЦ Директор библиотеки	До 2000
Ноябрь					
Досуговая, социокультурная, творческая, деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	4 ноября	Организация мероприятий в рамках Дня народного единства (День воинской славы России)	Смешанная	Начальник УВР Директор МКДЦ Органы студенческого самоуправления	До 400
Декабрь					
Досуговая, социокультурная, деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	12 декабря	Организация мероприятий ко Дню Конституции РФ	Смешанная	Начальник УВР Органы студенческого самоуправления	До 500
Январь					
Досуговая, социокультурная, творческая, деятельность	24 января – 23 февраля 2023 года	Месячник оборонно-массовой и военно-	Смешанная	Начальник ОВР Органы студенческого самоуправления	До 1000

по организации и проведению значимых событий и мероприятий		патриотической работы			
Февраль					
Творческая	01 – 18 февраля 2023 года	Конкурс творческих работ «Победа деда – моя Победа»	очная	Начальник ОВР	До 50
Досуговая, социокультурная, творческая, деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	22 февраля 2023 года	Торжественный концерт, посвященный Дню защитника Отечества (День воинской славы России)	очная	Начальник УВР Директор МКДЦ	До 1000
Март					
Досуговая, социокультурная, научно-исследовательская	18 марта 2023 года	Круглый стол, приуроченный к годовщине вхождения Крыма в состав России	очная	Начальник УВР Органы студенческого самоуправления	До 50
Апрель					
Досуговая, социокультурная	1 – 12 апреля 2023 года	Экскурсии студентов университета в обсерваторию КубГУ в связи с празднованием Дня космонавтики	очная	Декан ФТФ Органы студенческого самоуправления	До 200
Досуговая, социокультурная	12 – 16 апреля 2023 года	Фотовыставка «Первый: Гагарин и Куба»	очная	Начальник ОВР Декан ФИСМО Декан ХГФ	До 10000
Май					
Досуговая, социокультурная	1 мая 2022 года	Шествие, посвященное Празднику Весны и Труда	очная	Начальник ОВР Органы студенческого самоуправления	До 500
Досуговая, социокультурная	2 – 13 мая 2023 года	Экскурсионные выезды на места боевой славы, связанных с обороной г. Краснодар в период Великой Отечественной войны	очная	Начальник ОВР Директор музея Совет ветеранов Органы студенческого самоуправления	До 100
Июнь					
Досуговая, социокультурная, научно-исследовательская	10 июня 2023 года	Круглый стол в рамках празднования Дня России	очная	Органы студенческого самоуправления	До 50
Досуговая, социокультурная	22 июня 2023 года	Мероприятия университета и	Смешанная	Органы студенческого	До 300

ая, волонтерская		участие в мероприятиях МО г. Краснодар, проводимых ко Дню памяти и скорби		самоуправления	
Досуговая, социокультурная, студенческое сотрудничество	27 июня 2023 года	Празднование Дня молодежи в России	очная	Начальник УВР Органы студенческого самоуправления	До 200
Август					
Досуговая, социокультурная	22 августа 2023 года	Интернет-акция в честь Дня государственного флага России	очная	Начальник УВР Органы студенческого самоуправления	До 200

Модуль 3. Духовно-нравственное воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Досуговая, социокультурная, научно-исследовательская	Ежемесячно	Заседания клуба Православной молодежи	очная	Начальник УВР Настоятель храма Св. равноапостольных Кирилла и Мефодия (по согласованию) Заведующий кафедрой философии ФИСМО	До 40
Октябрь					
Досуговая, социокультурная	Первая половина октября	Организация участия студентов КубГУ в фестивале Православных фильмов «Вечевой колокол»	очная	Начальник УВР Зам. деканов факультетов	До 400
Досуговая, социокультурная	20 октября	Участие в XXVIII Всекубанских духовно-образовательных Кирилло-Мефодиевских чтениях	очная	Проректор по учебной работе и качеству образования – первый проректор Проректор по ВР и СВ, Начальник УВР	До 100
Март					
Досуговая, социокультурная	4 марта 2023 года	Акция «Православная книга»	очная	Начальник УВР Директор научной библиотеки	До 500
Досуговая, социокультурная	Май 2023 года	Фестиваль «Моя вера православная»	очная	Начальник УВР	До 100

Модуль 4. Культурно-просветительское воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Творческая, досуговая	Ежемесячно	Деятельность творческих студий Молодежного культурно-досугового центра КубГУ	очная	Директор МКДЦ	До 500
Сентябрь					
Социокультурная, просветительская	10 октября	День первокурсника	очная	Проректор по ВР и СВ Проректор по КБ Директор МКДЦ Деканы факультетов	5000
Социокультурная, просветительская	В течение месяца	Организация курса для студентов 1 курса «Введение в университет»	смешанная	Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор Проректор по ВР и СВ ОСО	До 7000
Социокультурная, просветительская, досуговая	В течение месяца	Посещение музея университета студентами первых курсов	очная	Начальник ОВР Директор музея	До 1500
Социокультурная, просветительская, досуговая	Вторая половина сентября	Организация тематических конкурсов со студентами первых курсов на знание университета	очная	Органы студенческого самоуправления	До 1000
Октябрь					
Социокультурная, просветительская, досуговая	В течение месяца	Посещение музея университета студентами первых курсов	очная	Начальник ОВР Директор музея	До 1500
Социокультурная, просветительская, досуговая	В течение месяца	Организация тематических конкурсов со студентами первых курсов на знание университета	очная	Органы студенческого самоуправления	До 1000
Ноябрь					
Социокультурная, просветительская, досуговая	В течение месяца	Посещение музея университета студентами первых курсов	очная	Директор музея, факультеты, институты	До 1500
Декабрь					
Социокультурная, просветительская, досуговая	В течение месяца	Посещение музея университета студентами первых курсов	очная	Директор музея, факультеты, институты	До 1500

Январь					
Творческая, досуговая, социокультурная	25 января 2022 года	Организация участия студентов университета в праздновании* Дня студентов (Татьянин день)	Смешанная	Начальник ОВР Директор МКДЦ Органы студенческого самоуправления	До 1000
Март					
Творческая, досуговая	4 марта 2023 года	Торжественный концерт в рамках празднования Международного женского дня	Смешанная	Директор МКДЦ	До 1000
Апрель					
Творческая, досуговая	Вторая половина апреля	Участие в региональном этапе фестиваля «Российская студенческая весна» на Кубани	очная	Директор МКДЦ	До 50
Творческая, досуговая, социокультурная	Вторая половина апреля	Организация участия студентов во Всероссийской акции «Библионочь»	очная	Начальник ОВР Директор научной библиотеки Органы студенческого самоуправления	До 100
Май					
Творческая, досуговая, социокультурная	24 мая	Организация мероприятий в рамках Дня славянской письменности и культуры	очная	Начальник ОВР Филологический факультет Органы студенческого самоуправления	До 200
Творческая, досуговая	В течение месяца	Участие в финале конкурса «Российская студенческая весна»	очная	Директор МКДЦ	До 50
Июль					
Досуговая, социокультурная	В течение месяца	Выставка литературы ко дню семьи	очная	Директор научной библиотеки	До 500

Модуль 5. Научно-образовательное воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Ежемесячно	Участие в работе СНО факультета, института	очная	Проректор по науке и инновациям, заместители декана/директора по науке, председатели СНО	До 1000
Апрель					
Научно-исследовательская, учебно-	В течение месяца	Неделя науки	очная	Проректор по науке и инновациям, факультеты,	До 2000

исследовательская, проектная, вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность				институты, СНО	
---	--	--	--	----------------	--

Модуль 6. Профессионально-трудовое воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Сентябрь					
Вовлечение в профориентационную деятельность	В течение месяца	Профтестирование студентов выпускных курсов	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты, психологическая служба	До 400
Октябрь					
Вовлечение в профориентационную деятельность	В течение месяца	Профтестирование студентов выпускных курсов	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты, психологическая служба	До 400
Ноябрь					
Вовлечение в профориентационную и предпринимательскую деятельность	В течение месяца	Ярмарки вакансий и дни карьеры	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 500
Декабрь					
Вовлечение в профориентационную и предпринимательскую деятельность	В течение месяца	Ярмарки вакансий и дни карьеры	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 500
Февраль					
Вовлечение в профориентационную деятельность	В течение месяца	Профтестирование студентов младших курсов	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 400
Март					
Вовлечение в профориентационную деятельность	В течение месяца	Профтестирование студентов младших курсов	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 400
Апрель					
Вовлечение в профориентационную и предпринимательскую деятельность	В течение месяца	Ярмарки вакансий и дни карьеры	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 500
Май					
Вовлечение в профориентационную и	В течение месяца	Ярмарки вакансий и дни карьеры	Смешанная	Начальник ОСТЗ, факультеты, институты	До 500

предпринимательскую деятельность					
----------------------------------	--	--	--	--	--

Модуль 7. Экологическое воспитание

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Октябрь					
Культурно-просветительская	В течение месяца	Географический диктант	Смешанная	Начальник ОВР, ИГГТиС, Органы студенческого самоуправления	До 200
Ноябрь					
Культурно-просветительская, проектная	В течение месяца	Экологические кураторские часы со студентами первых курсов	очная	Начальник ОВР, Факультеты, институты, органы студенческого самоуправления	До 4000
Февраль					
Творческая, культурно-просветительская	В течение месяца	Конкурс социального плаката «Земля наш дом»	Смешанная	Начальник ОВР, ХГФ, Органы студенческого самоуправления	До 100
Апрель					
Студенческое сотрудничество, деятельность студенческих объединений	Вторая половина месяца	Проведение субботника по уборке территории университета	очная	Начальник ОВР, органы студенческого самоуправления	До 1000

Модуль 8 Физическое воспитание, спорт и оздоровление

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Оздоровительная	Ежедневно	Деятельность психологической службы	очная	Руководитель службы	По мере востребованности
Сентябрь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Октябрь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная, социокультурная	В течение месяца	Встречи врачей-наркологов со студентами КубГУ	очная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 200
Спортивная	В течение	Спартакиада	очная	Завкафедрой	До 1000

	месяца	первокурсников		физвоспитания	
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Ноябрь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная	В течение месяца	Флюорографическое обследование студентов КубГУ, медицинский осмотр	очная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 3500
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Декабрь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная	В течение месяца	Флюорографическое обследование студентов КубГУ, медицинский осмотр	очная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 3500
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Январь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Февраль					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная, социокультурная, просветительская	В течение месяца	Информационно-просветительское занятие со студентами-юношами по теме «Здоровое отцовство»	смешанная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 200
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Март					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная, социокультурная, просветительская	В течение месяца	Лекции-беседы со студентками КубГУ о женском здоровье	смешанная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	

Спортивная	В течение месяца	Спартакиада факультетов	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 1000
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Апрель					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Участие в смотре-конкурсе на лучшую организацию физкультурно-спортивной работы среди ООВО	очная	Заведующий кафедрой физического воспитания	10
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Май					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная	В течение месяца	Флюорографическое обследование студентов КубГУ, медицинский осмотр	очная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 3500
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Июнь					
Оздоровительная	В течение месяца	Оздоровление студентов в с/п «Юность»	очная	Главврач с/п «Юность», профком студентов	70
Оздоровительная	В течение месяца	Флюорографическое обследование студентов КубГУ, медицинский осмотр	очная	Начальник ОВР Зам. деканов факультетов	До 3500
Физкультурно-спортивная	В течение месяца	Участие в спортивных секциях	очная	Завкафедрой физвоспитания	До 2000
Июль					
Оздоровительная, досуговая, спортивная	В течение месяца	Военно-спортивные сборы студентов Казачьей сотни	очная	Проректор по ВР и СВ	100
Оздоровительная, досуговая, спортивная	В течение месяца	Оздоровительная кампания на черноморском побережье	очная	Начальник УВР	До 500
Август					
Оздоровительная, досуговая, спортивная	В течение месяца	Оздоровительная кампания на черноморском	очная	Начальник УВР	До 500

		побережье			
--	--	-----------	--	--	--

Модуль 8 Профилактика экстремизма, терроризма, наркомании, алкоголизма, табакокурения и различных форм девиантного поведения

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Сентябрь					
Учебно-исследовательская, досуговая, социокультурная	2 сентября 2022 года	Мероприятия ко Дню солидарности в борьбе с терроризмом	очная	Начальник УВР Руководитель координационного центра	До 50
Октябрь					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Профилактика алкоголизма и табакокурения»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Ноябрь					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Профилактика наркомании»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Декабрь					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Профилактика экстремизма и терроризма»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Январь					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Психологическое благополучие»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Февраль					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Профилактика коррупционных проявлений»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Март					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Информационная безопасность»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Апрель					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Культура речи и поведения»	очная	Заместители декана/директора по ВР, кураторы учебных академических групп	До 4500
Май					
Социокультурная, проектная	В течение месяца	Кураторский час «Право –	очная	Заместители декана/директора по	До 4500

		искусство добра и справедливости»		ВР, кураторы учебных академических групп	
--	--	-----------------------------------	--	--	--

Модуль 8 Защита социальных прав и развитие комфортной образовательной среды в университете

Виды деятельности	Дата, место, время и формат проведения	Название мероприятия и организатор	Форма проведения мероприятия	Ответственный от ООВО	Количество участников
Сентябрь					
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Проведение комиссии по расселению студентов в общежитиях КубГУ	очная	Председатель профкома студентов, заместители декана/директора по ВР	До 50
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Актуализация информации о детях-сиротах и детях, оставшихся без попечения родителей, а также лиц из их числа прибывших на постоянное место жительства в г. Краснодар и обучающихся в КубГУ	очная	Начальник ОВР	20
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Актуализация информации об обучающихся с инвалидностью	очная	Начальник УВР	20
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Контроль выбора образовательной траектории обучающимися с инвалидностью	очная	Начальник УВР	20
Октябрь					
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Сбор и подготовка материала по студентам КубГУ инвалидам 1, 2 групп на оказание краевой социальной поддержки	очная	Начальник ОВР	20
Социокультурная, просветительская	В течение месяца	Повышение уровня правовой грамотности в области прав и	Смешанная	Председатель ППОС	До 200

		обязанностей обучающихся			
Ноябрь					
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Повышение уровня доступности образовательной деятельности университета	очная	Проректор по ВР и СВ Проректор по АХР КР и С Декан ФППК	20
Март					
Деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	В течение месяца	Повышение уровня доступности образовательной деятельности университета	очная	Проректор по ВР и СВ Проректор по АХР КР и С Декан ФППК	20