

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«Б1.В.02 Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности»

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

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

Задачи дисциплины:

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

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности» относится к Блоку 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана «части формируемой участниками образовательных отношений». Изучение дисциплины опирается на знания основных правовых, экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Торговое дело», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др.

По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программы бакалавриата, как «Торгово-коммерческая деятельность», «Правоведение», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Налоги и налогообложение».

Изучение дисциплины «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности» запланировано в 1 семестре 1 курса.

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 разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.
	Знает: нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность при разработке и реализации маркетинговых программ торгового предприятия.
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения товарной политики в торговой организации
ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций
	Знает: правовую регламентацию свободных рыночных цен
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию с учетом ценовой политики организации
	Умеет: применять нормативные правовые акты при формировании ценовой политики в коммерческой организации
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при формировании ценовой политики в коммерческой организации
ИПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы ценообразования на предприятии
	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации
	Знает: правовую регламентацию каналов товародвижения в маркетинге
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регуливающую сбытовую деятельность организации
	Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие сбытовую деятельность организации
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения сбытовой политики в

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	коммерческой организации
ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации Знает: законодательство о рекламной деятельности
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регулирующую систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
ИПК-3.1- Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: основы рекламы, гражданского права, налогообложения Знает: систему налогообложения для субъектов электронной коммерции
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию Умеет: согласовывать условия договора на реализацию стратегии продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде.
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу Владеет: навыками разработки договорной документации по реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.
ПК-4 - Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	
ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Знает: основы права, налогообложения Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: разрабатывать систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга Владеет: навыками применения нормативно-правовых

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	актов при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде
ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Знает: основы налогообложения и права
	Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: оценивать результативность труда специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Умеет: разрабатывать организационно-правовую документацию по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
ИПК-4.3 Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	Знает: основы права, налогообложения
	Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: применять инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле
	Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке организационно-правовой документации по управлению и контролю персонала
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
	Владеет: навыками по применению инструментов управления и контроля персонала по интернет-маркетингу

*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.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
СРС						
1.	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	13	1	4	-	8
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	14	2	4	-	8
3.	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	13	1	4	-	8
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	13	1	4	-	8
5.	Организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	18,8	1	2	-	15,8
	<i>Итого:</i>	71,8	6	18	-	47,8
	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 1 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
СРС						
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	13	1	2	-	10
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	13	1	2	-	10
3.	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	13	1	2	-	10
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	12	1	1	-	10
5.	Организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	17	-	1	-	16

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	<i>Итого:</i>	68	4	8	-	56
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				
	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