

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение высшего
образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

ПРИНЯТО

На заседании Учебного совета
университета

Протокол № 12 от 31.05.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования — первый проректор

31 мая 2024 г.



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль) подготовки
Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Тип образовательной программы
Академическая

Форма обучения: очная
Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар
2024

Лист согласования основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Разработчики ОПОП:

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела
2. Чекашкина Н.Р., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
3. Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
4. Малкова Е.М., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
5. Журавлева Е.А., профессор кафедры маркетинга и торгового дела
6. Салафаниди Г.С., директор ООО «Трансинфо»
7. Омеляненко А.В., директор ООО «Профессионал Юга»

подпись

подпись

подпись

подпись

подпись

подпись

подпись

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела

№ 7 от 21.03.24.

Заведующий кафедрой

подпись

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета № 9 от 14.05.24.

Председатель УМК экономического факультета

подпись

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

Рецензия (-и) на ОПОП представлена (-ы) в приложении 8

Лист согласования основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Разработчики ОПОП:

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

подпись
2. Чекашкина Н.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

№ 7 от 21.03.24.

Заведующий кафедрой _____

подпись

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета № 9 от 14.05.24.

Председатель УМК экономического факультета _____ Дробышевская Л.Н.

подпись

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

Рецензия (-и) на ОПОП представлена (-ы) 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

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 объём 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 5-5; ИУК-5,6; ИУК-5.7; ИУК-5.8; 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 Определяет место и роль России в контексте мирового исторического развития ИУК 5.4 На основе исторических знаний оценивает историческое наследие и социокультурные традиции ИУК-5.5 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям ИУК-5.6 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп ИУК-5.7 Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира ИУК-5.8 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера
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	ИУК 8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении

	жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	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 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
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	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

	<p>административно-управленческой сферах;</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 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 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 анализа больших объемов данных 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 ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
	<p>ОПК-3 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 ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне ИОПК-3.3 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>
	<p>ОПК-4 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>
	<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>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>ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач</p> <p>ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>

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		

<p>ПС 08.035Маркетолог ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<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>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>
<p>ПС 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОТФ Н Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" J Управление реализацией стратегии продвижения интернет-</p>	<p>ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде наоснове 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 ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет" ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и</p>

		<p>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>Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий</p>		
<p>ПС 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОТФ</p> <p>I Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</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>	<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 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 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 Обрабатывает 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 стратегией продвижения</p> <p>реализацией 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 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</p>
--	--	---

		<p>соответствии с требованиями поисковых машин</p> <p>ИПК-4.11 Обработывает 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 оффлайн 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	Ауд. 201Н, 202Н, 213А, 218А

	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	
	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 м ²); Зал для занятий фитнесом и аэробикой (площадь 129 м ²); Спортивный зал для единоборств (площадь 173,4 м ²); Бассейн (общая площадь 2830 м ²) на 6 стандартных дорожек (площадь зеркала бассейна 400 м ²) 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:

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 (под-уровень) 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	

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	Уровень (под-уровень) квалификации
06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ	J	Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	6	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/01. 6	6
				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	A	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	

Учебный план и календарный учебный график

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

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

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 12 от 31.05.2024

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

38.03.06

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Электронная коммерция и интернет-маркетинг
Кафедра: Маркетинга и торгового дела
Факультет: Экономический факультет

Квалификация: <u>Бакалавр</u>
Форма обучения: <u>Очная</u>
Срок получения образования: <u>4 г.</u>

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024
Учебный год 2024-2025
Образовательный стандарт (ФГОС) № 963 от 12.08.2020

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

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



План свод

-	-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого академ. часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4		Закрепленная кафедра		
				Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семес тр 1	Семес тр 2	Семес тр 3	Семес тр 4	Семес тр 5	Семес тр 6	Семес тр 7	Семес тр 8	Код	Наименование	
Блок 1. Дисциплины (модули)										207	207	7780	7780	3978.3	3652	2883.4	918.3		30	30	30	30	27	30	30		
Обязательная часть										119	119	4612	4612	2380.9	2200	1669.2	561.9		27	26	27	19	13	7			
+	Б1.О.01	Философия		3				2	2	72	72	38.2	34	33.8					2					89	Философии		
+	Б1.О.02	История России			2			4	4	144	144	116.2	102	27.8										97	Истории России		
+	Б1.О.03	Иностранный язык	4	123				8	8	288	288	140.9	140	120.4	26.7				2	2	2	2		4	Английской филологии		
+	Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности		2				2	2	72	72	40.2	36	31.8					2					88	Физической химии		
+	Б1.О.05	Физическая культура и спорт		1				2	2	72	72	23.2	18	48.8					2					21	Физического воспитания		
+	Б1.О.06	Компьютерный практикум		1				3	3	108	108	58.2	52	49.8					3					38	Информационных образовательных технологий		
+	Б1.О.07	Мировая экономика и международная торговля	1					4	4	144	144	56.3	50	52	35.7				4					48	Мировой экономики и менеджмента		
+	Б1.О.08	Математика	123					12	12	432	432	204.9	192	120	107.1				4	4	4			38	Информационных образовательных технологий		
+	Б1.О.09	Общая экономическая теория	12			2		8	8	288	288	152.6	140	73	62.4				4	4				77	Теоретической экономики		
+	Б1.О.10	Торгово-коммерческая деятельность	1					4	4	144	144	72.3	68	36	35.7				4					45	Маркетинга и торгового дела		
+	Б1.О.11	Основы российской государственности		1				2	2	72	72	56.2	54	15.8					2					20	Государственной политики и государственного управления		
+	Б1.О.12	Русский язык и основы деловых коммуникаций		1				2	2	72	72	38.2	34	33.8					2					72	Современного русского языка		
+	Б1.О.13	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	2					4	4	144	144	60.3	54	48	35.7				4					96	Экономики и управления инновационными системами		
+	Б1.О.14	Правоведение		2				2	2	72	72	40.2	36	31.8					2					78	Теории и истории государства и права		
+	Б1.О.15	Психология		2				2	2	72	72	40.2	36	31.8					2					65	Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента		
+	Б1.О.16	Финансовая грамотность		2				2	2	72	72	40.2	36	31.8					2					91	Экономического анализа, статистики и финансов		
+	Б1.О.17	Бухгалтерский учет в торговле	3					4	4	144	144	72.3	68	36	35.7					4				10	Бухгалтерского учета, аудита и автоматизированной обработки данных		
+	Б1.О.18	Микроэкономика	3					4	4	144	144	56.3	50	52	35.7					4				48	Мировой экономики и менеджмента		
+	Б1.О.19	Экономика торгового предприятия	3					4	4	144	144	72.3	68	36	35.7					4				45	Маркетинга и торгового дела		
+	Б1.О.20	Организационное поведение		3				2	2	72	72	38.2	34	33.8					2					48	Мировой экономики и менеджмента		
+	Б1.О.21	Маркетинг	4	3		4		7	7	252	252	120.5	104	95.8	35.7					3	4			45	Маркетинга и торгового дела		
+	Б1.О.22	Менеджмент в коммерческих организациях	4	3				6	6	216	216	97.5	88	82.8	35.7				2	4				45	Маркетинга и торгового дела		
+	Б1.О.23	Основы проектной деятельности		4				2	2	72	72	40.2	36	31.8						2				48	Мировой экономики и менеджмента		
+	Б1.О.24	Основы системного анализа и принятия решений		4				2	2	72	72	40.2	36	31.8							2			96	Экономики и управления инновационными системами		
+	Б1.О.25	Статистика		4				2	2	72	72	56.2	54	15.8							2			91	Экономического анализа, статистики и финансов		

Страница 1

	+	Б1.О.26	Организация, технология и проектирование торговых предприятий	5			4	4	144	144	57.3	50	60	26.7							4				45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.О.27	Правовое регулирование профессиональной деятельности		5		2	2	72	72	52.2	50	19.8									2			65	Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента		
	+	Б1.О.28	Финансы коммерческого предприятия	5			3	3	108	108	53.3	50	28	26.7								3			45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.О.29	Рыночные исследования и анализ данных		5		2	2	72	72	54.2	52	17.8									2			45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.О.30	Профессиональные компьютерные программы		6		2	2	72	72	54.2	52	17.8										2		45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.О.31	Налоги и налогообложение		6		3	3	108	108	53.3	50	28	26.7									3		91	Экономического анализа, статистики и финансов		
	+	Б1.О.32	Основы военной подготовки		4		3	3	108	108	72	68	36									3			68	Радиофизики и нанотехнологий		
	+	Б1.О.33	Анализ данных в профессиональной сфере		5		2	2	72	72	36.2	34	35.8									2			77	Теоретической экономики		
	+	Б1.О.34	Системы искусственного интеллекта		6		2	2	72	72	36.2	34	35.8										2		96	Экономики и управления инновационными системами		
	+	Б1.О.ДЭ.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		123				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	+	Б1.О.ДЭ.01.01	Общая физическая и профессионально-прикладная подготовка		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.02	Атлетическая гимнастика		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.03	Аэробика и фитнес-технологии		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.04	Бадминтон		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.05	Баскетбол		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.06	Волейбол		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.07	Единоборства		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.08	Легкая атлетика		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.09	Плавание		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	♿	Б1.О.ДЭ.01.10	Физическая рекреация		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
	-	Б1.О.ДЭ.01.11	Футбол		1234				328	328	140	140	188												21	Физического воспитания		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							88	88	3168	3168	1597.4	1452	1214.2	356.4							3	4	3	11	14	23	30	
	+	Б1.В.01	Основы товароведения и экспертизы в торговле		1		3	3	108	108	57.2	52	50.8									3			45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.В.02	Поведение потребителей		2		4	4	144	144	40.3	36	68	35.7								4			45	Маркетинга и торгового дела		
	+	Б1.В.03	Маркетинговые исследования		3		3	3	108	108	56.2	50	51.8									3			45	Маркетинга и торгового дела		
	+	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		2	2	72	72	56.2	54	15.8										2		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		5		3	3	108	108	55.2	50	52.8										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		4		3	3	108	108	59.2	54	48.8									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	Социально-этичный маркетинг		6		2	2	72	72	38.2	34	33.8											2		45	Маркетинга и торгового дела	

Страница 2

+	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	Управление маркетинговым и торговым персоналом	7		2	2	72	72	38,2	34	33,8								2		45	Маркетинга и торгового дела	
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Методы стратегического анализа	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							3		21		
Обязательная часть						3	3	108	108	48		60								3			
+	Б2.О.01	Учебная практика, в т.ч.:		5		3	3	108	108	48		60							3				
+	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика		5		3	3	108	108	48		60							3		45	Маркетинга и торгового дела	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						21	21	756	756	168		588										21	
+	Б2.В.01	Производственная практика, в т.ч.:		8		21	21	756	756	168		588									21		
+	Б2.В.01.01(П)	Торгово-экономическая практика		8		21	21	756	756	168		588									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						6	6	216	216	104,6	102	111,4							2		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 английском языке)		6		2	2	72	72	34,2	34	37,8								2	45	Маркетинга и торгового дела	
+	ФТД.03	Информационная безопасность		3		2	2	72	72	36,2	34	35,8							2		65	Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента	

Сводная таблица

		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	246	60	30	30	62	32	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%	4.5%	160	207	60	30	30	60	30	30	57	27	30	30	30		
Б1.О	Обязательная часть					119	53	27	26	46	27	19	20	13	7				
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					88	7	3	4	14	3	11	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	6				2	2		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.				31.8	-	31.8	31.7	-	30.5	33.3	-	31.2	32.1	-	31.6		
		элективные дисциплины по физ.к.				1.2	-	2	2	-	2	2	-			-			
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				3978.3	-	574.4	606.4	-	552.4	634.4	-	529.3	544.7	-	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				104.6	-			-	36.2		-	34.2	34.2	-			
		Итого по всем блокам				4319.4	-	574.4	606.4	-	588.6	634.4	-	611.5	578.9	-	536.7	188.5	
	Аудиторная нагрузка (акад.час/нед)	ОП без элект. дисциплин по физ.к.				29.1	-	29.3	28.7	-	27.9	30.8	-	29	29	-	28.6		
		элективные дисциплины по физ.к.					-	2	2	-	2	2	-			-			
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					8	4	4	8	4	4	8	3	5	5	5		
		ЗАЧЕТ (За)					10	5	5	13	6	7	13	7	6	6	6		
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					1		1										
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1	1		1	1		1				
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				52.23%													
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					50.8%													
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					51.13%													

**Аннотации к рабочим программам дисциплин и
рабочие программы учебных дисциплин (модулей), рабочие программы практик и
программа государственной итоговой аттестации**

Индекс	Наименование дисциплин	Аннотации	РПД
Б.1	Дисциплины (модули)		
Б1.О	Обязательная часть		
Б1.О.10	Торгово-коммерческая деятельность	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802716	
Б1.О.19	Экономика торгового предприятия	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802735	
Б1.О.21	Маркетинг	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802724	
Б1.О.22	Менеджмент в коммерческих организациях	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802672	
Б1.О.26	Организация, технология и проектирование торговых предприятий	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802733	
Б1.О.28	Финансы коммерческого предприятия	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802677	
Б1.О.29	Рыночные исследования и анализ данных	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802731	
Б1.О.30	Профессиональные компьютерные программы	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802683	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
Б1.В.01	Основы товароведения и экспертизы в торговле	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802816	
Б1.В.02	Поведение потребителей	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802712	
Б1.В.03	Маркетинговые исследования	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802755	
Б1.В.04	Розничные торговые предприятия и сети	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802722	
Б1.В.05	Контент-менеджмент	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802675	
Б1.В.06	Продвижение в социальных сетях	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802763	
Б1.В.07	Ценообразование на коммерческом предприятии	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802761	
Б1.В.08	Веб-дизайн	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802739	
Б1.В.09	Маркетинговые коммуникации	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802737	
Б1.В.10	Медиапланирование и Public Relations	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802757	
Б1.В.12	Реклама и продвижение в интернет	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802767	
Б1.В.13	Маркетинг в международной торговле	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802751	
Б1.В.14	Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802773	
Б1.В.15	Стратегии интернет-маркетинга	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802771	

Б1.В.16	Управление интернет-проектами	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802769
Б1.В.17	Социально-этичный маркетинг	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802775
Б1.В.18	Мерчандайзинг	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802779
Б1.В.19	Поисковая оптимизация	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802793
Б1.В.20	Практикум по продажам	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802765
Б1.В.21	Веб-аналитика	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802783
Б1.В.22	Торговые выставки и ярмарки	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802787
Б1.В.23	Управление интеллектуальной собственностью	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802789
Б1.В.24	Управление продуктом и ассортиментом	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802791
Б1.В.25	Формирование и управление партнёрскими отношениями	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802785
Б1.В.26	Брендинг и собственные торговые марки	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802759
Б1.В.27	Маркетинговый аудит	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802795
Б1.В.28	Методы анализа и прогнозирования спроса	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802741
Б1.В.29	Практикум по креативному маркетингу	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802781
Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины1 (ДЭ.1)	
Б1.В.ДЭ.01.01	Торговля товарами промышленного назначения	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802799
Б1.В.ДЭ.01.02	В2В-маркетинг	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802805
Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины2 (ДЭ.2)	
Б1.В.ДЭ.02.01	Управление маркетинговым и торговым персоналом	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802807
Б1.В.ДЭ.02.02	Методы стратегического анализа	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802803
Б2	Практика	
Б2.О	Обязательная часть	
Б2.О.01	Учебная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01	Ознакомительная практика	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802745
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Б2.В.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.01.01	Торгово-экономическая практика	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802747
Б3	Государственная итоговая аттестация	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802818
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802820

ФТД	Факультативные дисциплины	
ФТД.01	Некоммерческий маркетинг	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802749
ФТД.02	Customer Experience Management (на англ.яз.)	https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/chair/course_rp.jsp?course_id=5802809

Матрица компетенций
 направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
 направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

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
Б.1	Дисциплины (модули)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.О	Обязательная часть	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.О.01	Философия					+																		
Б1.О.02	История (история России, всеобщая история)					+																		
Б1.О.03	Иностранный язык				+																			
Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности								+															
Б1.О.05	Физическая культура и спорт							+																
Б1.О.06	Компьютерный практикум																+	+						
Б1.О.07	Мировая экономика и международная торговля														+									
Б1.О.08	Математика													+										
Б1.О.09	Общая экономическая теория												+											
Б1.О.10	Торгово-коммерческая деятельность												+		+									
Б1.О.11	Основы российской государственности					+																		
Б1.О.12	Русский язык и основы деловых коммуникаций				+																			
Б1.О.13	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности																+	+						

ОПИСАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль) **Электронная коммерция и интернет-маркетинг**

Квалификация – *бакалавр*.

Срок получения образования по очной форме обучения – *4 года*.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий.

1. Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускников

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.

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).

2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.

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

Технологии проведения маркетинговых исследований

Маркетинговые программы торговых предприятий

Маркетинговая деятельность торговых предприятий

Потребительское поведение

Ценовая политика торгового предприятия

Системы сбыта торгового предприятия

Массивы данных маркетинговой информации

Товарная политика торговых предприятий

Рекламные стратегии торговых предприятий

3. Тип (типы) задач профессиональной деятельности выпускников:

– аналитический;

– организационно-управленческий.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса.

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной образовательной программы регламентируется: учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), включающими оценочные средства (материалы), рабочими программами практик, включающими оценочные средства (материалы), программой и материалами государственной итоговой аттестации, включающими оценочные средства, методическими материалами.

5. Требования к условиям реализации образовательной программы

– общесистемные требования

Университет располагает на праве собственности 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.

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.

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.

Информационно-образовательная среда университета обеспечивает:

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

– проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

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.

– требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению.

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

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.

Университет обеспечивает 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).

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.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

– требования к кадровым условиям

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

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

Не менее 100 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых 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).

Не менее 81 процента численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных 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).

Не менее 15 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

– механизм оценки качества образовательной деятельности

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.

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.

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

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, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.