

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М.КОКОВА»



А.К. Апажев

2015 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки

38.04.06 Торговое дело

Направленность

«Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»

Квалификация: Магистр

Нормативный срок обучения: 2года

Форма обучения: очная

Нальчик 2015

Данная ОПОП представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную в КБГАУ им.В.М.Кокова с учетом потребностей регионального рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по указанному направлению подготовки.

ОПОП определяет цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки. Она включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), программы учебной, производственной и преддипломной практик, календарный учебный график, методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии, а также другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Основными пользователями ОПОП являются: руководство, профессорско-преподавательский состав и студенты КБГАУ им. В.М. Кокова; государственные аттестационные и экзаменационные комиссии; объединения специалистов и работодателей в соответствующей сфере профессиональной деятельности; уполномоченные государственные органы исполнительной власти, осуществляющие аккредитацию и контроль качества в системе высшего образования.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена на основании ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом МОН РФ от 30.03.2015 г. №323 и учебного плана подготовки магистратуры по данному направлению, утвержденного ректором университета.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	5
1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) магистратуры, реализуемая вузом по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело, направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.....	5
1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ВО магистратуры по направлению подготовки	6
1.3. Требования к абитуриенту.....	6
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗа ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, НАПРАВЛЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ	6
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	6
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	8
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.....	8
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	8
3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП ВО.....	10
3.1. Общекультурные компетенции.....	10
3.2. Общепрофессиональные компетенции.....	
3.3. Профессиональные компетенции.....	11
4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО МАГИСТРАТУРЫ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 38.04.06. ТОРГОВОЕ ДЕЛО	12
4.1. Календарный учебный график.....	
4.2. Рабочий учебный план.....	12
4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин.....	13
4.4. Программы учебной, производственной, преддипломной практик, НИР.....	13
4.5. Программа государственной итоговой аттестации.....	14
5. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП ВО МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06. ТОРГОВОЕ ДЕЛО.....	15
5.1. Кадровое обеспечение реализации ОПОП ВО.....	15
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ОПОП ВО.....	16
5.3. Основные материально-технические условия для реализации образовательного процесса в вузе в соответствии с ОПОП ВО.....	16
6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ, ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ.....	17
7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО.....	18

7.1.	Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	19
7.2.	Фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации студентов-выпускников университета.....	19
8.	ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	21
9.	РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ.....	22
9.1.	Порядок рассмотрения и утверждения ОПОП.....	22
9.2.	Порядок обновления ОПОП.....	22
10.	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	22
Приложение1	Календарный учебный график.....	22
Приложение2	Рабочий учебный план.....	
Приложение3	Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин.....	
Приложение 4	Аннотации программ учебной, производственной и преддипломной практик НИР.....	
Приложение 5	Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	
Приложение6	Программа государственной итоговой аттестации.....	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП ВО) магистратуры, реализуемая вузом по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг ОПОП магистратуры представляет собой комплект документов, разработанный и утвержденный высшим учебным заведением на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры), направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг, с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований. ОПОП ВО определяет цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: календарный учебный график, рабочий учебный план, рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и другие материалы, программы практик, методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии и качество подготовки обучающихся. ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг реализуется кафедрой коммерции ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова.»

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению 38.04.06 Торговое дело, направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело составляют:

1. Федеральный Закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; 2. Приказ Минобрнауки России от 19.12.2013 №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»; 3. Федеральные законы Российской Федерации: «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта (с изменениями на 29 июля 2013 года)» (от 1 декабря 2007 года № 309-ФЗ); 4. Приказ Минобрнауки России от 30.03.2015 № 323, рег.№ 36960 от 21.04.2015 г. «Об утверждении федерального образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень «магистратура»). 5. Нормативно-методические документы Минобрнауки России; 6. Устав ФГБОУ ВО «Кабардино - Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова».

Миссия ОПОП магистратуры состоит в подготовке высококвалифицированных кадров для профессиональной деятельности в коммерческой сфере и научно-исследовательской деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Цель ОПОП ВО состоит в формировании общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленности Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.

Цель ОПОП магистратуры в области обучения: подготовка к профессиональной деятельности по итогам организации, управления и проектирования процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Цель ОПОП магистратуры в области воспитания личности:

- формирование и развитие у студентов социально-личностных качеств, в том числе:
- социальной ответственности, лидерства, способности к управлению коллективом
- способности к адаптации в быстро меняющейся среде;
- способности к социальному взаимодействию, толерантности, самоорганизации;
- способности проявлять инициативу в профессиональной деятельности, принимать инновационные решения, использовать творческий потенциал;
- способности повышать свой профессиональный и культурный уровень, в том числе продолжать свое образование.

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения и применяемых образовательных технологий.

Срок получения образования по программе магистратуры в очной форме обучения включает каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

Объем программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемой за год, составляет **60 зачетных единиц**.

1.3 Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь диплом о высшем профессиональном образовании (бакалавра или дипломированного специалиста), магистра РФ или эквивалентный им диплом другого государства.

Абитуриент должен успешно пройти тестирование по выбранному направлению магистерской подготовки.

Возможно поступление на выбранную программу после успешного обучения по программам подготовки бакалавров или специалистов других направлений.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО НАПРАВЛЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

2.1 Область профессиональной деятельности выпускников.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Выпускники направления подготовки магистров торгового дела востребованы на рынке труда Кабардино-Балкарии, и других регионов России.

Об этом свидетельствует устойчивая потребность в квалифицированных специалистах современного типа в сфере коммерции, способных оперативно принимать решения при сложных многофакторных проблемах коммерческой организации. Выпускники могут работать в самостоятельных коммерческих фирмах, на крупных предприятиях, где имеются коммерческие отделы, в страховых компаниях, на товарных и фондовых биржах, в холдинговых компаниях, в финансовых группах и других предпринимательских структурах в должности коммерческого директора, начальника или менеджера отдела снабжения и сбыта, экономиста и маркетолога на малых предприятиях; в должности руководителей на предприятиях малого бизнеса.

2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускников

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются: товары потребительского и производственно-технического назначения, услуги по торговому обслуживанию покупателей, коммерческие, товароведные, логистические, торгово-технологические и маркетинговые процессы, выявляемые и формируемые потребности; средства рекламы; методы и средства испытания и контроля качества товаров; научно-

исследовательские процессы, образовательные средства и методы.

2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника

Выпускники, освоившие программу магистратуры готовятся к следующим видам профессиональной деятельности:

- торгово-технологическая
- организационно-управленческая;
- научно-исследовательская;
- проектная;
- экспертная;
- педагогическая.

2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший программу магистратуры должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

торгово-технологическая деятельность:

- выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализ и оценка их экономической эффективности;
- выявление и оценка рисков в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;

организационно-управленческая деятельность:

- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;
- организация и управление бизнес-планированием;
- анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);
- разработка тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозирование и оценка их оптимальности;
- организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия);
- планирование и принятие решений в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценка их эффективности;
- разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- планирование рекламной деятельности, создание и управление брендами;
- управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия

научно-исследовательская деятельность:

- исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;
- исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;
- прогнозирование потребностей и оценка степени их удовлетворенности;
- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;
- изучение прогрессивных направлений развития коммерческой деятельности;
- поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;

проектная деятельность:

- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения коммерческой деятельности;
- поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;
- поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, фирм и средств рекламы;
- прогнозирование и проектирование ассортимента товаров;
- оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение;
- проектирование и разработка бренд-технологий;
- проектирование стратегии развития логистики организации;
- экспертная деятельность:**
- определение объектов экспертизы и оснований для ее проведения;
- выбор и рациональное использование средств и методов экспертизы;
- организация и проведение товароведных экспертиз
- педагогическая деятельность:**
- преподавание дисциплин в профессиональных организациях, образовательных учреждениях высшего образования и дополнительного профессионального образования;
- разработка учебно-методических материалов.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО .

В результате освоения программы магистратуры должны быть сформированы, общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

1. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями:**

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-7);
- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

2. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями:**

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и

иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

3. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры:

-торгово-технологическая деятельность:

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2);

-организационно-управленческая деятельность:

способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3);

готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5);

-научно-исследовательская деятельность:

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

-проектная деятельность:

готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9);

способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);

-экспертная деятельность:

способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и

обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-11);

-педагогическая деятельность:

способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий (ПК-12).

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

4.1 Календарный учебный график

При составлении календарного учебного графика и учебного плана разработчики руководствовались общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7.1 ФГОС ВО по направлению подготовки магистров (**приложение1**).

4.2 Рабочий учебный план

В рабочем учебном плане отображена логическая последовательность освоения разделов ОПОП, обеспечивающих формирование компетенций, определена общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах (**Приложение2**).

Структура программы магистров включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений(вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программы магистратуры, имеющих различную направленность(профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее - направленность (профиль)программы. Программа магистратуры состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», которая в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утвержденном Министерством образования и науки Российской Федерации».

В вариативных частях учебных циклов университетом и разрабатывающей кафедрой самостоятельно сформирован перечень и последовательность изучения дисциплин. Основная профессиональная образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме, требуемом ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 торговое дело. Для каждой дисциплины, практики указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

4.3 Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины - документ, определяющий результаты обучения, критерии, способы и формы их оценки, а также содержание обучения и требования к условиям реализации учебной дисциплины. Рабочие программы учебных дисциплин представлены в **Приложении 3**.

4.4 Программы учебной, производственной и преддипломной практик.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленности «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» практика является обязательным блоком основной профессиональной образовательной программы

магистратуры и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся

При реализации ОПОП ВО по направлению 38.04.06 Торговое дело предусматриваются следующие типы практик: учебная, в том числе, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков; производственная, в том числе, по получению профессиональной деятельности, в том числе, технологическая практика; НИР; преддипломная практика.

Целями учебной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся и приобретение им первичных профессиональных умений, навыков и опыта профессиональной деятельности.

Учебная практика осуществляется на предприятиях коммерческой сферы, в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Целями производственной практики являются получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в т.ч. в технологической практике), которая проводится на предприятиях, в учреждениях и организациях на основе договоров, заключенных между университетом и организациями, в соответствии с которыми указанные организации предоставляют места для прохождения магистрантами практики.

Объектами производственной (в т.ч. технологической) практики могут быть предприятия (организации) и учреждения различных форм собственности и правового статуса, масштабов деятельности, осуществляющие коммерческую деятельность: оптовые и розничные торговые предприятия, предприятия сферы услуг и др.

Целями научно-исследовательской работы являются развитие способности к самостоятельному осуществлению научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в инновационных условиях. Научно-исследовательская работа в семестре выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно-исследовательской работы магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой магистерской диссертации. Научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом ОПОП магистратуры и направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Основными задачами научно-исследовательской работы являются: формирование интереса к научному творчеству, обучение методике и способам самостоятельного решения научно-исследовательских задач и навыкам работы в научных коллективах; развитие творческого мышления и самостоятельности; выявление наиболее одаренных и талантливых студентов, использование их творческого и интеллектуального потенциала для решения актуальных задач экономической науки; обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах и способах их решения; формирование умения использовать современные технологии сбора информации, обрабатывать и интерпретировать полученные экспериментальные и эмпирические данные, применять современные методы исследований; обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства; самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно-исследовательской, требующих углубленных профессиональных знаний;

проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий.

Целями научно-исследовательской практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки студента в сфере научно-исследовательской деятельности, приобретение им практических навыков организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, обработки, анализа и представления результатов научных исследований.

В результате прохождения научно-исследовательской практики студент должен приобрести опыт использования на практике научных методов исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес - технологий. Научно-исследовательская практика осуществляется в предприятиях и организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также на кафедрах КБГАУ и других ВУЗов

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы. Цель преддипломной практики : систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению подготовки и применение этих знаний при решении конкретных научных, экономических и производственных задач, также подготовка студента к выполнению выпускной квалификационной работы; приобретение практических навыков по системному анализу бизнес-технологий, документации и литературных источников при выполнении магистерской диссертации; изучение принципов функционирования исследуемого объекта; изучение отечественных и зарубежных аналогов исследуемого объекта, проведение анализа существующих методов управления торговой деятельностью предприятий и организаций сферы товарного обращения; экономическое обоснование рассматриваемой проблем по теме магистерской диссертации.

4.5 Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы, в том числе, подготовку к защите и процедуре защиты, а также подготовку к сдаче государственного экзамена.

Целью итоговой государственной аттестации выпускников является установление уровня готовности выпускника к выполнению профессиональных задач. Основными задачами итоговой государственной итоговой аттестации являются проверка соответствия выпускника требованиям ФГОС ВО.

Программа государственного экзамена разрабатывается на выпускающей кафедре Коммерции. Для объективной оценки компетенций выпускника, тематика экзаменационных вопросов и заданий носит комплексный характер и соответствует избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.

Учебно-методическое сопровождение, включающее программу государственного экзамена, требования и критерии оценки знаний и умений, необходимых для подготовки магистров предоставляются выпускающей кафедрой.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, а также к процедуре проведения государственного экзамена приведены в Программе итоговой аттестации.(приложение 6).

5. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

5.1. Кадровое обеспечение реализации ОПОП ВО

Реализация основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленности «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» в КБГАУ им. В.М. Кокова обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее

профилю преподаваемых дисциплины, а также ученую степень и опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью. Образовательный процесс обеспечивают 15 преподавателей, из них с ученой степенью доктора наук 3 чел. и ученым званием кандидата наук-12 человек. Процент штатных преподавателей составляет 87,5%.

Общая острепененность по ОПОП составляет 100%, доля преподавателей с ученой степенью доктора наук- 20%.

К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлечены преподаватели из числа руководителей профильных учреждений.

Общее руководство научным содержанием и образовательной частью магистерской программы Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг осуществляется штатным научно-педагогическим работником КБГАУ им. В.М. Кокова, который имеет ученую степень доктора экономических наук и ученое звание профессора, стаж его работы в образовательных учреждениях высшего образования более 20 лет. Непосредственное руководство магистрами осуществляется руководителями, имеющими ученую степень и ученое звание. Руководитель магистерской программы регулярно ведет самостоятельные исследовательские проекты, имеет публикации в отечественных научных и зарубежных реферируемых журналах, трудах национальных и международных конференций, симпозиумов по профилю. Руководители магистрантов не менее одного раза в три года проходят повышение квалификации.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ОПОП ВО.

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям). Содержание каждой из учебных дисциплин (модулей) представлено в локальной сети КБГАУ им. В.М. Кокова.

По каждой дисциплине сформированы рабочие программы и учебно-методическая документация дисциплин, содержащие методические рекомендации по изучению дисциплины, учебные материалы (конспекты лекций, контрольные задания, методические указания по выполнению курсовых, выпускных, квалификационных работ, образцы тестов и т.п.).

Основная профессиональная образовательная программа обеспечена основной и дополнительной литературой по всем изучаемым дисциплинам. Библиотечный фонд имеет в наличии тематические периодические издания, необходимые для получения дополнительной информации студентами. В библиотечном фонде имеется в наличии и постоянно обновляется база электронных учебников по дисциплинам основной профессиональной образовательной программы. Студентам обеспечена возможность свободного доступа к фондам учебно-методической документации и Интернет-ресурсам и к электронно-библиотечной системе.

Структурные подразделения КБГАУ им. В.М. Кокова обеспечены учебно-методическими материалами по всем видам занятий, предусмотренными в учебном плане и программах дисциплин, производственных практик, НИР, а также наглядными пособиями, мультимедийными, аудио-, видеоматериалами. В процессе реализации образовательной программы используется следующее программное обеспечение:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE ООО «Директ-Медиа» – Контракт № 030400003214000011 от 18.09.2014 до 18.09.2015 <http://biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» ООО «Издательство «Лань» – Договор №009/2015-44ФЗ от 16.03.15г. до 16.03.16г. с ЭБС издательского центра «Лань». <http://e.lanbook.com> 3. ЭБД РГБ (Полнотекстовая база диссертаций «Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки» ФГБУ «Российская государственная библиотека» – Договор 11/095/014/0191 от 06.05.14 г. Доступ открыт до 25.05.15г. <http://diss.rsl.ru> 4. Научная электронная библиотека e-LIBRAR.RU SCINCE

5.3. Основные материально-технические условия для реализации образовательного процесса в вузе в соответствии с ОПОП ВО.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело для реализации основной образовательной программы ФГБОУ ВО «КБГАУ им. В.М. Кокова» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом вуза, и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Перечень материально-технического оснащения включает в себя: лекционные аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет, помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью), кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием), библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет), компьютерные классы.

При использовании электронных изданий университет обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Помещения и имеющееся учебно-научное оборудование соответствуют действующим нормативам, что позволяет вести подготовку магистров по данному направлению.

Санитарное состояние помещений, согласно заключению органов санэпидемслужбы и государственной противопожарной службы, признано удовлетворительным и соответствует требованиям, предъявляемым к учреждениям образования.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ, ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

В ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет» создана социокультурная среда и благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся. Для этого имеется развитая и разнообразная инфраструктура, в том числе: актовый зал на 450 мест; спорткомплекс с тренажерными залами, спортзалами, стадион с беговыми дорожками; музей истории КБГАУ им. В.М. Кокова. Осуществляется деятельность научных кружков и объединений, творческих коллективов, спортивных секций, общественных организаций и клубов по интересам, реализуются социальные проекты и программы (международные, всероссийские, отраслевые, региональные и университетские). Работает редакция вузовской газеты «Университетский вестник». Развитию общекультурных компетенций способствует высокотехнологичное и качественное обеспечение студентов питанием (столовые в учебных корпусах и общежитиях), а также медицинский центр, который ведет работу по привитию здорового образа жизни. Иногородние студенты проживают в общежитиях. Создаются условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению духовно-нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся. В университете реализуется система студенческого самоуправления.

Проводится работа по военно-патриотическому воспитанию молодежи с активным

использованием инновационных форм деятельности, направленных на формирование и развитие в молодёжной среде устойчивого позитивного отношения к историческим традициям, осуществляется комплекс культурно-просветительских мероприятий.

В системе воспитания и развития общекультурных компетенций выпускников вуза осуществляется, деятельность, ориентированная на формирование пространства межкультурного диалога и интеркультурного взаимодействия, проводятся форумы межнациональной дружбы России и ближнего зарубежья.

Планирование, организацию и контроль результативности воспитательной и внеучебной деятельности студентов осуществляет отдел по воспитательной и социальной работе, который подчиняется проректору по УВР. Основными стратегическими документами, регламентирующими и определяющими концепцию формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся, является «Концепция воспитательной работы в КБГАУ им. В.М. Кокова». Для организации воспитательного процесса, координации подготовки и проведения мероприятий разрабатываются внутренние локальные акты.

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ОПОП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

В соответствии с ФГОС ВО оценка качества освоения обучающимися основной образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП ВО осуществляется в соответствии с Типовым положением о вузе.

7.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации созданы соответствующие фонды оценочных средств. Эти фонды включают:

- типовые задания;
- контрольные работы;
- тесты и методы контроля, которые позволяют оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Фонды оценочных средств являются полными и адекватными отображениями требований ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, соответствуют целям и задачам магистерской программы и её учебному плану. Они обеспечивают оценку качества общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником.

В КБГАУ им. В.М. Кокова при разработке оценочных средств, для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик и НИР учитываются все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, которые позволяют установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

7.2 Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации студентов-выпускников университета

В соответствии с приказом Минобрнауки РФ от 19 декабря 2013 г. №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации выпускников магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленности Коммерческая деятельность на рынке

товаров и услуг включают в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения основной профессиональной образовательной программы на государственную итоговую аттестацию;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Перечень вопросов выносимых на итоговую государственную аттестацию по дисциплинам :

«Стратегический маркетинг на потребительском рынке»

1. Сущность, основные понятия стратегического менеджмента
2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.
3. Портфельный анализ.
4. Базовые стратегии развития.
5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).
6. Конкурентные стратегии.
7. Операционные стратегии маркетинга.
8. Выбор стратегии и пути ее реализации.

«Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка»

1. Предмет и задачи курса, структура и уровни процесса инновационного маркетинга.
2. Назначение фирмы, ее цели и основные задачи.
3. Отраслевой и конкурентный анализ.
4. Маркетинговый подход к разработке и выведению на рынок нового товара.

«Организация экспертизы потребительских товаров»

1. Теоретические основы экспертизы потребительских товаров. Общая характеристика оценочной деятельности.
2. Классификация, объекты и субъекты товароведной экспертизы.
3. Методы товароведной экспертизы.
4. Организация и процедура проведения товароведной экспертизы.
5. Структура, содержание и анализ экспертного заключения.

«Рекламный менеджмент на потребительском рынке»

1. Социальная роль рекламы и ее место в системе маркетинга.
2. Рекламная коммуникация и регулирование рекламной деятельности.
3. Виды рекламной деятельности и средства распространения рекламы.
4. Организация управления рекламными агентствами и рекламными службами предприятий.
5. Рекламные кампании.
6. Маркетинговые исследования в рекламе
7. Основные подходы к разработке концепций рекламных кампаний. Эффективность рекламы.
8. Разработка рекламной идеи

«Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

1. Содержание и организация бизнес - планирования на предприятии.
2. Бизнес-план организации.

3. Структура и содержание разделов бизнес-плана
4. Общие рекомендации по составлению бизнес-плана.
5. Частные рекомендации к методике составления отдельных разделов бизнес-плана.
6. Исследование и анализ рынка. Разработка маркетинг - плана.
7. Методика составления финансового и организационного планов.

«Компьютерные технологии в торговой деятельности»

1. Компьютерные технологии, основные направления их использования в профессиональной, научной и педагогической деятельности.
2. Современные средства обработки информации: виды и их содержания.
3. Глобальные информационные системы: технологии и тенденции развития
4. Экспертные системы
5. Компьютерные сети.
6. Системы автоматизированного управления

«Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики»

1. Цели, задачи и методы проектирования логистических систем в торговле.
2. Проектирование систем управления запасами в торговой логистике.
3. Проектирование складского обеспечения товаропроводящих систем в торговле.
4. Проектирование системы транспортной логистики торговой организации.
5. Проектирование информационного обеспечения торговой логистики.
6. Проектирование каналов товародвижения в торговой логистике.
7. Проектирование логистических процессов товароснабжения розничной торговли..
8. Разработка и обоснование концепции проекта логистической системы товародвижения в торговле.
9. Планирование и реализация проекта логистической системы товародвижения.

«Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельности»

1. Методологические основы инновационного менеджмента. Инновационная деятельность.
2. Роль государства в осуществлении инновационной деятельности.
3. Организация инновационной деятельности.
4. Инновационный проект, его организация и финансирование.
5. Экспертиза инновационных проектов.
6. Рынок интеллектуальной собственности
7. Маркетинг инноваций

Показатели и критерии оценивания магистерской диссертации по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

№ п/п	Показатели и критерии оценивания компетенций	Шкалы оценивания*				
		отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетв	орительно
1.	Соответствие темы выбранному направлению подготовки (направленность на решение профессиональных задач) (ОК-6, ОПК-3, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8)					

2.	Актуальность, теоретическая и практическая значимость работы (наличие характеристики и анализа реальной проблемы или ряда проблем, имеющих практическое и теоретическое значение) (ОК-4, ПК-2)				
3.	Знание основных теоретических концепций и подходов к решению анализируемых проблем (ПК-2)				
4.	Способность осуществлять анализ данных прикладных исследований разных отраслей наук с использованием качественных и количественных методов (ПК-6)				
5.	Соответствие целей, задач, содержания и результатов исследования (ПК-7)				
6.	Объем и глубина проработки темы (количество и качество библиографических источников) (ПК-6, ПК-7, ПК-8)				
7.	Апробирование результатов исследования (выступления на конференциях, научных семинаров, наличие опубликованных научных статей по теме исследования) (ОК-9, ОПК-1, ОПК-3, ПК-3)				
8.	Структурированность работы, логика изложения, обоснованность и достоверность полученных результатов и сделанных выводов (ОПК-3)				
9.	Соблюдение требований к оформлению, правил цитирования и оформления библиографических ссылок и списков (ОК-3, ОК-4, ПК-8)				
10.	Уровень защиты: представление работы (содержательность доклада и презентации, наличие раздаточных и иллюстративных материалов, умение профессионально представлять результаты исследования с соблюдением правил профессиональной этики), понимание и адекватность ответов на вопросы и замечания рецензента, демонстрация при ответах углубленной фундаментальной и профессиональной подготовки (ОК-3, ОК-4, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8)				
	ИТОГО (средний балл по шкале оценивания)				

***Шкалы оценивания: 85-100 баллов - «отлично»**

70-84 балла - «хорошо»

60-69 баллов – «удовлетворительно»

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Реализация основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело обеспечивается следующими нормативно-методическими документами:

Положение об основной образовательной программе высшего профессионального образования

Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценке успеваемости студентов

Положение о промежуточной аттестации обучающихся

Положение о практике

Положение о магистратуре

Положение об итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников

Положение об институте (факультете)
Положение о кафедре
Положение о порядке изменения основы обучения
Положение о порядке перезачета и переаттестации дисциплин
Положение о порядке заполнения зачетных книжек и студенческих билетов студентов, обучающихся в ФГБОУ ВПО КБГАУ им. В.М. Кокова
Положение о порядке и основании перевода, отчисления и восстановления обучающихся
Положение о методическом совете
Положение об Ученом Совете института (факультета)
Положение о методической комиссии института (факультета)
Положение о совете по воспитательной работе университета и кураторе академической группы
Положение о рабочей программе дисциплины
Положение о планировании работы профессорско-преподавательского состава в ФГБОУ ВПО КБГАУ им. В.М. Кокова
Положение о реализации дисциплины (модуля) по физической культуре и спорту в ФГБОУ ВПО им. В.М. Кокова
Положение о совете по качеству образования
Положение об уполномоченных по качеству
Положение о самостоятельной работе студентов
Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры
Положение о порядке применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ
Положение об аттестационной комиссии
Положение о порядке реализации права обучающегося на посещение по своему выбору мероприятий, которые проводятся в Университете и не предусмотрены учебным планом
Положение об академических правах обучающихся в Кабардино-Балкарском государственном аграрном университете имени В.М. Кокова
Положение о фонде оценочных средств
Положение о режиме занятий обучающихся
Порядок оформления возникновения, приостановления и прекращения образовательных отношений
Положение об ускоренном обучении
Положение об апелляционной комиссии
Положение о формировании дисциплин по выбору обучающихся
Положение о порядке предоставления академического отпусков
Положение о проверке письменных работ с использованием системы Антиплагиат
Положение о внутренней системе оценки качества образования
Положение об условиях и порядке зачисления экстернатов в ФГБОУ ВПО КБГАУ им. В.М. Кокова для прохождения ими промежуточной и (или) итоговой (государственной итоговой) аттестации
Положение об установлении минимального объема контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объема занятий лекционного и семинарского типов при организации образовательного процесса по образовательной программе в ФГБОУ ВПО КБГАУ им. В.М. Кокова
Положение о научно-исследовательской работе магистрантов в ФГБОУ ВПО им. В.М. Кокова

Положение о порядке индивидуального учета результатов освоения обучающимися образовательных программ, хранения в архивах информации об этих результатах на бумажных и (или) электронных носителях

Положение о рецензировании выпускных квалификационных работ

Положение о порядке выдачи, оформления и хранения зачетно-экзаменационных листов

Положение по обновлению и приведению в соответствие образовательных программ, учебных планов, календарных учебных графиков, рабочих программ дисциплин и практик в ФГБОУ ВПО КБГАУ им. В.М. Кокова (во исполнение приказа Минобрнауки РФ №1367 от 19.12.2013г.)

Положение об электронной информационно-образовательной среде

Положение о филиале кафедры на производстве

Положение о курсовой работе/проекте

9. РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

9.1 Порядок рассмотрения и утверждения ОПОП

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования 38.04.06 торговое дел по направлению подготовки разрабатывается и утверждается университетом с учетом требований рынка труда на основе соответствующего ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 30.03.2015 г. № 323

9.2 Порядок обновления ОПОП

ОПОП ВО ежегодно обновляется в части состава дисциплин (модулей), установленных в учебном плане, и (или) содержания рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), программ учебной, производственной практик, НИР, методических материалов, обеспечивающих реализацию соответствующей образовательной технологии с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

10. Приложения

Приложение 1. Календарный учебный график

Приложение 2. Рабочий учебный план.

Приложение 3. Аннотации программ учебных курсов, предметов, дисциплин.

Приложение 4. Аннотации учебной, производственной и преддипломной практик и научно-исследовательской работы.

Приложения 5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации.

Приложение 6. Государственная итоговая аттестация.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО "Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова"

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11
30.04.2015

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистров



Утверждаю

Ректор Апажеев А.К.

2015 г.

38.04.06

Направление 38.04.06 Торговое дело

Направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг

Кафедра: Коммерции

Факультет: Товароведения и коммерции

Виды деят.: торгово-технологическая; научно-исследовательская;

Квалификация: магистр

Программа подготовки: академ. магистратура

Форма обучения: очная

Срок обучения: 2г

Год начала подготовки 2015

Образовательный стандарт 323
30.03.2015

Согласовано

Проректор по УВР

[Signature] / Кудеев Р.Х./

Начальник ОМКО

[Signature] / Кучуков П.М./

И.о. декана

[Signature] / Тлулов Т.Х./

Зав. кафедрой

[Signature] / Боготов Х.Л./

1. Календарный учебный график

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

2. Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	
	Теоретическое обучение	14	14	28	9		9	37
Э	Экзаменационные сессии	3	3	6	3		3	9
У	Учебная практика (концентр.)		6	6				6
Н	Научно-исслед. работа (конце	2	2	4	2	2	4	8
П	Производственная практика (н				10	10	20	20
Д	Подготовка магистерской дисс					5	5	5
Г	Гос. экзамены и/или защита д					1	1	1
К	Каникулы	2	6	8	2	8	10	18
Итого		21	31	52	26	26	52	104
Студентов								
Групп								

Индекс	Наименование	Формы контроля		Всего часов										ЗЕТ		Распределение по курсам и семестрам																				
		Экзамены	Зачеты	Зачеты с оценкой	Курсовые работы	По ЗЕТ	По плану	Контакт. раб. (по уче)	в том числе					Экспертное	Факт	Курс 1								Курс 2												
									из них							Семестр 1 [14 нед]				Семестр 2 [14 нед]				Семестр 3 [9 нед]				Семестр 4 [нед]								
									Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль			Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ			
Итого		11	10	3	4392	4392	960	202	28	730	876	396	122	122	42	28	290	252	144	24	91	245	384	144	36	57	183	228	108	34	12	12	12	28		
Итого по ООП (без факультативов)		11	8	3	4320	4320	912	178	28	706	852	396	120	120	42	28	290	252	144	24	91	245	384	144	36	45	171	216	108	33				27		
Б=35% В=65% ДВ(от В)=41%							42%	20%	3%	77%	39%	18%																								
Итого по циклам		11	8	3	2160	2160	912	178	28	706	852	396	60	60	42	28	290	252	144	21	91	245	384	144	24	45	171	216	108	15						
Б=35% В=65% ДВ(от В)=41%							42%	20%	3%	77%	39%	18%																								
Б1	Дисциплины (модули)	11	8	3	2160	2160	912	178	28	706	852	396	60	60	42	28	290	252	144	21	91	245	384	144	24	45	171	216	108	15						
Б1.Б	Базовая часть	3	5		756	756	303	67	28	208	345	108	21	21	21	28	98	141	36	9	28	56	132	36	7	18	54	72	36	5						
Б1.Б.1	Деловой иностранный язык	1			108	108	42			42	30	36	3	3			42	30	36	3																
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18			18							18																			
Б1.Б.2	Психология	3			72	72	27	9		18	45		2	2												9	18	45		2						
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						16	4		12																4	12									
Б1.Б.3	Компьютерные технологии	1			72	72	35	7	28		37		2	2	7	28		37		2																
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18	4	14						4	14																				
Б1.Б.4	Стратегический маркетинг	2			144	144	42	14		28	66	36	4	4							14		28	66	36	4										
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18	6		12											6		12													
Б1.Б.5	Организация экспертизы	3			108	108	45	9		36	27	36	3	3												9	36	27	36	3						
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18	4		14																4	14									
Б1.Б.6	Инновационные маркетинговые коммуникации	1			72	72	35	7	28	37		2	2	7	28	37	2																			
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18	4		14				4		14																				
Б1.Б.7	Рекламный менеджмент	1			72	72	35	7	28	37		2	2	7	28	37	2																			
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						18	4		14				4		14																				
Б1.Б.8	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	2			108	108	42	14		28	66		3	3							14		28	66		3										
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>						16	4		12											4		12													
Б1.В	Вариативная часть	8	3		3	1404	1404	609	111		498	507	288	39	39	21		192	111	108	12	63		189	252	108	17	27		117	144	72	10			
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины	6			3	828	828	365	58		307	247	216	23	23	21		192	111	108	12	28		70	82	72	7	9		45	54	36	4			
Б1.В.ОД.1	Инвестиции на рынке товаров и услуг	2				108	108	42	14		28	30	36	3	3							14		28	30	36	3									
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							30	6		24											6		24												
Б1.В.ОД.2	Методология экономической науки	1				144	144	71	7		64	37	36	4	4	7		64	37	36	4															
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							28	4		24					4		24																		
Б1.В.ОД.3	Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке	1			1	144	144	71	7		64	37	36	4	4	7		64	37	36	4															
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							30	6		24					6		24																		
Б1.В.ОД.4	Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью	1				144	144	71	7		64	37	36	4	4	7		64	37	36	4															
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							30	6		24					6		24																		
Б1.В.ОД.5	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основании логистики	3			3	144	144	54	9		45	54	36	4	4							9		45	54	36	4									
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							22	4		18											4		18												
Б1.В.ОД.6	Корпоративное управление коммерческих организаций	2			2	144	144	56	14		42	52	36	4	4			14		42	52	36	4													
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							30	6		24						6		24																	
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору	2	3			576	576	244	53		191	260	72	16	16						35		119	170	36	10	18		72	90	36	6				
Б1.В.ДВ.1																																				
1	Теория сетевой экономики		2			108	108	56	14		42	52		3	3						14		42	52		3										
	<i>в т.ч. часов в инт. форме:</i>							24	6		18										6		18													
2	Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции		2			108	108	56	14		42	52		3	3						14		42	52		3										

Аннотации программ учебных курсов, предметов, дисциплин.

Б1.Б.1 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является приобретение общей, коммуникативной и профессиональной компетенции, получение навыков и знаний в области научного регистра: овладение технологией перевода лингвострановедческой, общелингвистической и специализированной литературы, развитие навыков беседы по специальности и на темы страноведческого характера; прочное усвоение произносительных навыков; усвоение лексического материала в пределах заданных разговорных тем; усвоение грамматического материала в пределах заданных тем; развитие навыков разговорной речи (монологической, диалогической); развитие навыков чтения; развитие навыков перевода с английского на русский и с русского на английский; развитие навыков аудирования.

Образовательная цель реализуется путем расширения кругозора студентов, повышения уровня их общей культуры и образования, культуры мышления, общения и речи. Достижение воспитательной цели осуществляется посредством формирования уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов, готовности способствовать установлению и поддержанию межкультурных и научных связей.

Задачами дисциплины являются:

- совершенствование ранее приобретенных умений и навыков иноязычного общения;
- формирование у магистров системы языковых знаний в объеме, необходимом и достаточном для профессиональной деятельности в рамках программы «Торговое дело» (профиль «Торговое дело»)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловой иностранный язык» входит в общенаучный цикл базовой части, включен в учебный план направления 38.04.06 «Торговое дело»; магистерской программы «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».

Освоение дисциплины является основополагающей для последующего изучения следующих дисциплин: экономика, информатика и иностранный язык.

3. Требования к результатам освоения дисциплин:

3.1. Процесс изучения дисциплин направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

ОК-4. Способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;

ОПК -1. Готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

3.2. Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» студент должен:

Знать

- как минимум один из иностранных языков на уровне не ниже разговорного для обеспечения деловых коммуникаций (З-1);
- межкультурные различия, культурные традиции и реалии, культурное наследие своей страны и страны изучаемого языка (З-3);
- основные нормы социального поведения и речевой этикет, принятые в стране изучаемого языка (З-4);
- этические нормы общения с коллегами и партнерами (З-5);

Уметь

- логически верно аргументировано ясно строить устную и письменную речь (У-1);

- читать и переводить со словарем иностранную деловую и научную литературу (У-2);
- высказывать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся гуманитарных и социальных ценностей (У-3);
- применять принципы и законы гуманитарных наук, формы и методы научного познания в профессиональной деятельности (У-4);
- использовать гуманитарные знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач (У-5);
- находить организационно управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (У-6);
- ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность (У-7);

Владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению (Н-1);
- навыками делового общения в стандартных профессиональных ситуациях; работы (Н-2);
- сбора, систематизации и самостоятельного анализа информации о социально-политических и экономических процессах (Н-3);
- навыками общения на иностранном языке (Н-4);
- навыками постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов и с учетом непосредственных и отдаленных результатов (Н-5).

Содержание разделов дисциплин

Раздел 1. . Тема: Модальный глагол *can*. Особенности, употребление. Эквивалент *to be able to*. Словообразование: суффиксы и префиксы существительных, прилагательных .

Раздел 2. Прошедшее неопределенное время (*The Past Indefinite Tense*) неправильных глаголов. Образование, употребление. Прилагательные. Степени сравнения прилагательных.

Раздел 3. Типы придаточных предложений. Определительные, обстоятельственные условные, причинные, следственные.

Раздел 4. Страдательный залог. Образование, употребление. Прошедшее и будущее время Continuous Tense.

Раздел 5. Объектный падеж местоимений. *Much, little, few, many*.

Раздел 6 . Тема: Причастие. Формы причастия, функции, особенности, употребление. Времена группы *Perfect: Present, Past*.

Раздел 7.Тема: Согласование времён. Основные правила согласования времён. Прямая и косвенная речь. Перевод предложений из прямой речи в косвенную речь.

Раздел 8. Инфинитив. Формы инфинитива, функции, особенности.

Раздел 9.Тема: Сложное дополнение. Конструкция “сложное дополнение” со сказуемым в действительном залоге.

Раздел 10. Тема: Употребление глагола *to have* и глагольного оборота *to have got*. Неопределенные местоимения *some, any*.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -108/3, в том числе по ОФО практических занятий – 42 часов, самостоятельная работа - 30 часов. Аттестация – экзамен.

Б1.Б.2 ПСИХОЛОГИЯ

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является ознакомление с базовыми понятиями психологии, формирование представления о научном и прикладном статусе психологического знания и его разнообразии, приобретение навыков эффективного психологического взаимодействия в процессе межличностного и делового общения.

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия общей, социальной, прикладной психологии;
- изучение особенностей, функций, задач социально - психологического знания, основных этапов его становления, методов;
- изучение эмоционально-волевой сферы, овладение умениями и навыками саморегулирования, саморазвития;
- изучение познавательной сферы личности, обучение прикладным приемам развития памяти, творческого и инновационного мышления;
- изучение психологии личности, теорий личности, анализ прикладных аспектов проблемы личности;
- приобретение знаний о процессе общения, умений и навыков конструктивного межличностного и делового общения, правил современного делового этикета.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Курс «Психология» относится к дисциплинам общенаучного цикла базовой части и предназначена для магистрантов направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело»

Курс «Психология» является предшествующей для таких дисциплин как «Конкурентоспособность», «Организация малого бизнеса», «Стратегический маркетинг», «Маркетинг услуг».

Дисциплина «Психология» является основополагающей для изучения дисциплин «Инвестиции на рынке товаров и услуг», «Планирование и прогнозирование в условиях рынка», «Конкурентная политика коммерческих организаций»

3. Требования к результатам освоения дисциплины

3.1. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные компетенции:

ОК-1. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.

ОК-3. Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

ОК-4. Способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень.

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности.

ОК-7. Способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей.

общепрофессиональные компетенции:

ОПК-2. Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ;

ОПК-4. Готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

профессиональные компетенции:

ПК-8. Способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ

ПК-12. Способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

3.2. Требования к знаниям, умениям, навыкам

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать:

- психологические свойства личности, их роль в профессиональной деятельности (3-1);

- психологию труда и профессиональной деятельности (З-2);
- психологию коллектива и руководства (З-3);
- причины возникновения и способы разрешения конфликтных ситуаций (З-4);
- особенности профессиональной этики (З-5);
- основные нормы и правила современного этикета (З-6);

уметь:

- использовать знания психологии и этики в профессиональной деятельности (У-1);
- предотвращать и регулировать конфликтные ситуации (У-2);
- применять приемы делового общения (У-3);
- соблюдать этические нормы поведения (У-4).

владеть навыками:

- применения знаний о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности (Н-1);
- преодоления барьера в деловом общении (Н-2);
- соблюдения этики и приемов делового общения (Н-3);
- создания своего имиджа (Н-4).

4. Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -72/2, в том числе по ОФО лекции - 9 часов, самостоятельная работа - 45 часов. Аттестация – зачет

5. Содержание дисциплины

Тема 1. Психика и организм. Основные функции психики.

Тема 2. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика.

Тема 3. Структура психики человека. Основные психические процессы

Тема 4. Сознание.

Тема 5. Познавательные процессы

Тема 6. Эмоционально-волевые процессы.

Тема 7. Психическая регуляция поведения и деятельности.

Тема 8. Психология личности.

Тема 9. Психология общения.

Б1.Б.3 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины Компьютерные технологии в торговой деятельности является формирование у магистрантов системы знаний, умений и навыков в области использования современных средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в сфере коммерции;

освоение перспективных достижений в области использования новых информационно-коммуникационных технологий.

Задачами дисциплины является:

- ознакомить магистрантов с основными технологиями использования ИКТ в научном и образовательном процессах (работа в Интернет, электронные презентации, интернет-поддержка в международном интеллектуальном сотрудничестве и др.);

- развить коммуникативные навыки, адекватные требованиям к организации управления экономическими процессами в условиях современного информационного общества;

- выработать умения использовать общегосударственные и корпоративные информационные системы в своей практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Компьютерные технологии в торговой деятельности включена в базовую часть общенаучного цикла дисциплин учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.06 Торговое дело. Дисциплина позволяет сформировать у магистров

упорядоченную систему знаний о возможностях современных информационных компьютерных технологий и их использовании в собственной профессиональной деятельности.

Дисциплина Компьютерные технологии в торговой деятельности является основополагающей для изучения дисциплины Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции.

3. Требования к результатам освоения дисциплин:

3.1. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурные:

ОК-5. Способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять своё научное мировоззрение.

Профессиональные:

ПК-4. - готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

ПК-7. - способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

ПК-8. - способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ.

Проектная деятельность:

ПК-10. - способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров, и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий.

Экспертная деятельность:

ПК-11. - способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее.

Педагогическая деятельность:

ПК-12. - способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

3.2. Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения дисциплины «Компьютерные технологии в торговой деятельности» обучающийся должен

знать:

- современные средства обработки информации, глобальные информационные системы; (З-1)

- компьютерные технологии, основные направления их использования в профессиональной, научной и педагогической деятельности, экспертные системы, компьютерные сети, системы автоматизированного управления. (З-2)

уметь:

- использовать глобальные информационные системы в профессиональной,

научной и педагогической деятельности на продвинутом уровне; (У-1)

• использовать системы автоматизированного управления в профессиональной, научной и педагогической деятельности на продвинутом уровне; применять компьютерные технологии. (У-2)

приобрести навыки:

• работы с современными средствами обработки информации в качестве уверенного пользователя; (Н-1)

• работы с компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя. (Н-2)

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -72/2, в том числе по ОФО лекции - 42 часов самостоятельная работа - 37 часов, лабораторные- 28 часов. Аттестация – зачет, лекции-7 час.

5. Содержание дисциплины

- 1.Технология и методы обработки коммерческой информации.
- 2.Компьютерные информационные технологии
- 3.Информационная система.
- 4.Офисные информационные системы.
- 5.Системы автоматизированного управления
- 6.Характеристика и классификация средств компьютерной техники
- 7.Централизованные системы и вычислительные сети.
- 8.Средства телекоммуникации вычислительных систем и сетей
- 9.Мировая «паутина» World Wide Web - хранилище файлов.
- 10.Правовые аспекты использования информационных ресурсов

Б1.Б.4 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Целью и задачами дисциплины являются формирование у выпускника теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выбора направлений развития фирмы, разработки системы маркетинговых решений и построения стратегических рыночных карт, что позволит им осуществлять эффективное управление деятельностью компании на основе маркетинга в соответствии с международными требованиями к данному виду деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегический маркетинг» включена в профессиональный цикл, базовую (общепрофильную) часть по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Изучение дисциплины базируется на основе полученных знаний по дисциплине «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке».

Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

общекультурных компетенций (ОК):

(ОК-1).Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

(ОК-7). Способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;

(ОК-8).Способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска.

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

(ОПК-2) Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

(ОПК-4). Готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или

товароведной).

профессиональные компетенции (ПК):

(ПК-6). Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

Знать:

- стратегии маркетинга: цели, виды, критерии выбора, оценку их эффективности; управление маркетингом и организацией; принятие решений, методы анализа и формирование решений; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций (З-1);
- основные конкурентные преимущества торговых предприятий (З-4);
- подходы к разработке стратегического плана маркетинга торгового предприятия (З-5).

Уметь:

- выбирать стратегии маркетинга, обеспечивающие эффективное функционирование организации, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность (У-1);
- определять конкурентоспособность товаров и организаций (У-2);
- оценивать рыночную ситуацию и устойчивые конкурентные преимущества торгового предприятия (У-3);
- определять цели предприятий и разрабатывать стратегический план по их достижению (У-4).

Приобрести навыки:

- выбора стратегий маркетинга, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций (Н-1).
- выявления возможностей предприятия для работы на рынке (Н-2).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Сущность, основные понятия стратегического менеджмента.

Раздел 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией. Раздел 3.

Портфельный анализ.

Раздел 4. Базовые стратегии развития.

Раздел 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).

Раздел 6. Конкурентные стратегии.

Раздел 7. Операционные стратегии маркетинга.

Раздел 8. Выбор стратегии и пути ее реализации.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -144/4, в том числе по ОФО лекции - 14 часов, практических занятий – 28 часов, самостоятельная работа - 66 часов. Аттестация – экзамен – 36 часов.

Б1.Б.5 ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Организация экспертизы потребительских товаров» является: освоение теоретических знаний экспертной деятельности, ее составных элементов, требований к экспертам, порядка организации и проведения товарной экспертизы, приобретения умений ее организации и проведения, формирования необходимых компетенций.

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в области экспертизы;
- изучение целей, задач, объектов, принципов, субъектов, средств и методов экспертной деятельности;
- установление требований, предъявляемых к экспертам, и оснований для проведения экспертизы;
- рассмотрение видов товарной экспертизы и их характеристики;
- определение порядка организации и проведения экспертизы;

- выявление типовых ошибок при проведении и оформлении результатов экспертизы.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация экспертизы потребительских товаров» включена в базовую часть профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.68 – Торговое дело (квалификация «магистр»). Входные знания, умения и компетенции формируются на основе освоения им дисциплин бакалавриата: Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия, Теоретические основы товароведения, Информационные технологии в профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способностью использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);

Профессиональные компетенции:

- способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8);
- способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готовностью к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);
- способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12).
- способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учётом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции или маркетинга, или рекламы, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).

Требования к знаниям, умениям, навыкам

В результате изучения дисциплины магистр должен

Знать:

- экспертиза: понятие, цели, принципы, этапы,
- средства и методы проведения экспертизы,
- виды экспертизы,
- организацию проведения экспертизы;

Уметь:

- использовать принципы, средства и методы экспертизы,

- оценивать эффективность затрат на проведение экспертизы;
- участвовать в разработке систем экспертной оценки;
- использовать нормативные документы РФ при организации и проведении экспертизы.

Владеть:

- умениями применять средства и методы проведения экспертизы,
- оценивать эффективность затрат на проведение экспертизы;
- участвовать в разработке систем экспертной оценки;

Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы экспертизы потребительских товаров

Тема 2. Классификация, объекты и субъекты товароведной экспертизы

Тема 3. . Методы товароведной экспертизы

Тема 4 Организация и процедура проведения товароведной экспертизы

Тема 5. Структура, содержание и анализ экспертного заключения

Общая трудоемкость – часов – 108/3, в том числе по ОФО лекции- 9 часов, практических занятий –36 часов, самостоятельная работа 27 часов. Аттестация – зачет.

Б1.Б.6 ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Целью дисциплины является подготовка выпускников к междисциплинарным научным исследованиям для решения задач связанных с разработкой инновационных методов моделирования и оценки конъюнктуры рынков, бизнес-технологий в сфере маркетинга и коммерции. Подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации новых конкурентоспособных товаров и услуг, ассортимента товаров, форм и средств рекламы, стратегии развития логистики организации и бренд-технологий.

Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности.

Задачами дисциплины

являются изучение подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка» относится к базовой части магистерской программы «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» по направлению 38.04.06 Торговое дело, направленность «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Дисциплина «Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка» является базовой частью для изучения предшествующих дисциплин: «Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции», «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельности». Дисциплина «Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка» является основополагающей для изучения дисциплины «Стратегический маркетинг на потребительском рынке».

Требования к результатам освоения дисциплин:

Общекультурные компетенции:

- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-7);

- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8).

Общепрофессиональные компетенции:

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3).

Профессиональные компетенции:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2).

Требования к знаниям, умениям и навыкам

знать:

-основы инновационного маркетинга коммуникации, сущность и функции маркетинговых коммуникаций

-структуру и методы исследования инновационных маркетинговых коммуникаций , причины возникновения

-стратегию и тактику управления российским и мировым опытом инноваций в маркетинговых коммуникациях

уметь:

-выявлять и интегрировать причины появления инновационных маркетинговых коммуникаций

-формировать оптимальную структуру комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций

-применять Российский и мировой опыт инноваций в маркетинговых коммуникациях

владеть навыками:

-разработки плана современной маркетинговой коммуникации, традиционными и инновационными коммуникациями

-Российским и зарубежным опытом применения инновационных маркетинговых коммуникаций

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц-72/2, в том числе по ОФО лекции – 7, практических занятия – 28, самостоятельных работ - 37. Аттестация – зачет

Содержание дисциплины

Раздел 1.Понятие, сущность и функции маркетинговых коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций

Раздел 2.Традиционные и инновационные коммуникации. Причины появления инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 3.Маркетинг-МИКС и инновационные маркетинговые коммуникации. Структура комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 4.Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций. Российский и мировой опыт инноваций в маркетинговых коммуникациях

Б1.Б.7 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Целями и задачами дисциплины являются:

Изучение теоретических знаний в области рекламного менеджмента на потребительском рынке, приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Рекламный менеджмент» включена в базовую часть по направлению 38.04.06 – Торговое дело, квалификации выпускника – магистр. Успешное освоение дисциплины предполагает наличие у магистрантов знаний и компетенций по базовым курсам: «Рекламная деятельность», «Менеджмент», «Маркетинг».

Дисциплина «Рекламный менеджмент на потребительском рынке» является основополагающей для изучения дисциплин: Стратегический маркетинг на потребительском рынке, Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка.

Требования к результатам освоения дисциплин:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8);

Профессиональные компетенции:

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

Требования к знаниям, умениям, навыкам

В результате освоения курса «Рекламный менеджмент на потребительском рынке» магистр должен

знать:

- Основные подходы к сущности концепции рекламного менеджмента;
- Особенности разработки рекламы;
- Сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий;
- Социально-психологические аспекты рекламной деятельности;
- Основные признаки классификации рекламных средств и их применение на рынке рекламы;
- Способы организации взаимоотношений участников рекламного процесса;

Уметь:

- Применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта;
- Довести рекламный продукт до сознания потребителя;
- Эффективно размещать рекламу на различных рекламных носителях;
- Планировать и организовывать рекламную работу на предприятии;
- Планировать и организовывать взаимоотношения участников рекламного процесса;
- Организовать рекламную деятельность, включая ее регулирование и управление рекламными агентствами, а также рекламными службами предприятий;
- Разработать и принять решения в сфере рекламной деятельности, прежде всего вопросы планирования и реализации рекламных кампаний, творческой разработки рекламы;
- Использовать основные средства распространения рекламы с учетом их специфических особенностей и возможностей;
- Владеть навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке;
- Владеть умением выбора рекламного менеджмента, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Социальная роль рекламы и ее место в системе маркетинга.
Раздел 2. Рекламная коммуникация и регулирование рекламной деятельности.
Раздел 3. Виды рекламной деятельности и средства распространения рекламы.
Раздел 4. Организация управления рекламными агентствами и рекламными службами предприятий
Раздел 5. Рекламные кампании.
Раздел 6. Маркетинговые исследования в рекламе.
Раздел 7. Основные подходы к разработке концепций рекламных кампаний.
Эффективность рекламы.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц – 72/2, в том числе по ОФО лекции - 7, практических занятий – 28, самостоятельная работа – 37 часов. Аттестация – зачет.

Б1.Б.8 «Бизнес- проектирование коммерческой деятельности »

Целью дисциплины является приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.

Задачами дисциплины являются:

- изучить понятийный аппарат, связанный с бизнес – проектированием коммерческой деятельности;
- приобрести умения по разработке бизнес – проектов;
- получить знания в области организации и управления бизнес – проектированием;
- освоить анализ и оценку эффективности инновационных бизнес – проектов организации(предприятия);
- изучить условий применения инжиниринга и реинжиниринга;
- овладеть знаниями в области исследования, моделирования и оценки бизнес – технологий.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Бизнес проектирование коммерческой деятельности» включена в профессиональный цикл, базовую (общепрофильную) часть по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Изучение дисциплины базируется на основе полученных знаний по дисциплинам «Стратегическое управление коммерческой деятельности на потребительском рынке », «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью».

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций :

общекультурных компетенций (ОК):

ОК-1.Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-8. Способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска.

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

ОПК-2. Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

Знать:

- классификацию и структуру бизнес-проектов, последовательность разработки, контроль за выполнением, оценку эффективности (З-1);
- понятие инжиниринг и реинжиниринг бизнес – процессов, средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес- процессов (З-2).
- сущность бизнес – проектирования, классификацию и виды бизнес – проектов (З-3);
- методы разработки и реализации бизнес – процессов по внедрению новых систем закупок или продаж (З-4);
- методики исследования, моделирования и оценки бизнес – технологий (З-5);

Уметь:

- осуществлять бизнес – проектирование (У-1);
- разрабатывать самостоятельно в составе команды бизнес – проекты (У-2);
- контролировать выполнение бизнес – проектов и оценивать их эффективность (У-3);
- реализовать проекты по реинжинирингу бизнес – процессов (У-4);

Приобрести навыки:

- разработки бизнес – процессов, контроля за их выполнением (Н-1);
- применения методов реинжиниринга в организации (предприятии) (Н-2).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Содержание и организация бизнес - планирования на предприятии.

Раздел 2. Бизнес-план организации.

Раздел 3. Структура и содержание разделов бизнес-плана.

Раздел 4. Общие рекомендации по составлению бизнес-плана.

Раздел 5. Частные рекомендации к методике составления отдельных разделов бизнес-плана.

Раздел 6. Исследование и анализ рынка. Разработка маркетинг - плана.

Раздел 7. Методика составления финансового и организационного планов.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -108/3, в том числе по ОФО лекции - 14 часов, практических занятий – 28 часов, самостоятельная работа - 66 часа. Аттестация – зачет.

КУРСОВАЯ РАБОТА (ПРОЕКТ) НЕ ПРЕДУСМОТРЕНА.

Б1.В.ОД.1 ИНВЕСТИЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Целями дисциплины являются: овладение магистром знаниями и действиями, направленными на формирование рынка участниками коммерческого товарооборота, анализ, оценку и методические подходы к решению актуальных проблем коммерции, использование опыта коммерции в развитии предприятий.

Задачами дисциплины являются:

- исследование и анализ организационного, технологического, финансово-экономического и информационно-компьютерного обеспечения деятельности предприятий в сфере коммерции;
- изучить формы и объекты инвестиции на рынке товаров и услуг;
- рассмотреть рынок недвижимости в системе рынков;
- анализировать цель формирования инвестиционного портфеля;
- исследовать инвестирование в ценные бумаги;
- обобщение опыта коммерции и определение тенденций ее развития.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инвестиции на рынке товаров и услуг » входит в вариативную часть обязательных дисциплин, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленности «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».. Дисциплина «Инвестиция на рынке товаров и услуг» занимает важное место при

рассмотрении проблем, связанных с изучением инвестиции на различных рынках и пути достижения конкурентоспособности товаров и услуг. Место и значимость дисциплины направления специализированной подготовки «Инвестиции на рынке товаров и услуг» определяется знаниями инвестиционных элементов внешней среды предприятия в сфере коммерции, обуславливающих его потенциал и конкурентные преимущества; основных аспектов формирования инвестиционных портфелей рыночной среды участниками товарооборота с целью взаимной выгоды; оценки значимости проблем коммерции и методов их решения.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Общекультурные компетенции:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5).

Общепрофессиональные компетенции:

- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

Профессиональные компетенции:

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

Требования к знаниям, умениям, навыкам:

знать:

-современные технологии организационного, технико-технологического, финансово-экономического и информационно-компьютерного обеспечения деятельности предприятий в сфере коммерции

-анализ инвестиционных проектов

-необходимость оценки инвестиции на рынке товаров и услуг

уметь:

-применять современные технологии организации и управления в сфере коммерции

- анализировать инвестиционные проекты и определять их влияние на изменения результативного показателя

- организовать эффективное взаимодействие коммерческого предприятия с субъектами рынка

владеть навыками:

- применять способы получения взаимной выгоды участниками сферы коммерции в условиях конкуренции

- оценивать и решать проблемы инвестиционных проектов при складывающихся рыночных отношениях

- разрабатывать организационно-методическое обеспечение для анализа инвестиционного проекта предприятия

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц-108/3, в том числе по ОФО лекции – 14, практических занятия – 28, самостоятельных работ - 30. Аттестация – экзамен – 36

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие, объекты и формы инвестиций на рынке товаров и услуг.

Раздел 2. Рынок недвижимости в системе рынков

Раздел 3. Стратегия взаимодействия фирмы, инвестиционный портфель

Раздел 4. Сущность, задачи и содержание инвестиционного менеджмента

Раздел 5.Виды финансирования инвестиции

Раздел 6. Основные понятия рынка инвестиции на рынке товаров и услуг.

Раздел 7. Инвестирование в ценные бумаги

Б1.В.ОД.2 МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Целью изучения дисциплины «Методология экономической науки» является изучение методологических принципов и подходов к научному исследованию и формирование у магистрантов умения анализа научного знания.

Освоение обучающимися глубоких знаний в области методологии и методики научного исследования является непреложным условием дальнейшего обучения и формирования общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Задачами дисциплины являются:

- выработка у магистрантов четких представлений об основных методах научного познания и принципах организации исследовательской деятельности в современной науке;
- формирование теоретических и практических навыков сбора и анализа информации, использования различных источников информации в рамках научного исследования;
- подготовка и оформление научного исследования, проведение его презентации, культуры ведения дискуссии.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Методология экономической науки» включена в вариантную часть обязательных дисциплин учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.06 Торговое дело (направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг). Изучение дисциплины «Методология экономической науки» базируется на сумме знаний, полученных в ходе изучения экономической теории, философии, социологии, психологии, политологии, культурологии по программе высшего профессионального образования.

Дисциплина «Методология экономической науки» выполняет методическую функцию по отношению ко всем дисциплинам магистерской программы как эффективное средство осуществления научных исследований во всех областях знания торгового дела в том числе: стратегического маркетинга на потребительском рынке, инновационных маркетинговых коммуникаций в сфере потребительского рынка, бизнес-проектирования коммерческой деятельности, рекламного менеджмента.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5).

Профессиональные компетенции:

- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать *и представлять результаты* научно-исследовательских работ (ПК -8).

В результате освоения курса «Методология экономической науки» магистр должен *знать:*

- социальные и духовные предпосылки возникновения различных исследовательских программ;
- методы эмпирического уровня научного познания;
- методы теоретического уровня научного познания;
- методы метатеоретического уровня познания в структуре научной деятельности;
- современные подходы к организации научного исследования.

уметь:

- использовать инструментарий научного творчества в процессе подготовки магистерской программы;

- комплексно использовать арсенал научных методик для эффективного решения научных и организационно-производственных проблем торгового дела.

владеть:

- использования полученного знания в качестве методологического и методического средства осуществления научно-исследовательских программ

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц – 144/4, в том числе по ОФО лекции – 7 часов, практических занятий – 64 часа, самостоятельная работа – 37 часов.

Аттестация – экзамен – 36 часов.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы методологии и методики научного творчества

Тема 1. Предмет и задачи дисциплины «Методология экономической науки».

Тема 2. Формирование процесса научного исследования

Раздел 2. Организация выполнения научного исследования

Тема 1. Структура и логика диссертационного магистерского исследования.

Тема 2. Оформление диссертационной работы.

Тема 3. Речевое оформление научной квалификационной работы.

Тема 4. Представление результатов научно-исследовательской работы

Б1.В.ОД.3 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Целью дисциплины является изучение теоретических знаний в области стратегического управления коммерческой деятельности на потребительском рынке, приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.

Задачами дисциплины являются :

- выявление особенностей процессов стратегического управления в корпорации и подразделениях;

- освоение процесса стратегического управления бизнеса;

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегическое управление коммерческой деятельности на потребительском рынке» включена в профессиональный цикл, вариативную часть обязательных дисциплин по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Изучение курса «Стратегическое управление коммерческой деятельности на потребительском рынке» возможно после глубокого освоения дисциплин: «Основы менеджмента», «Управление менеджментом», «Маркетинговые исследования». Курс основан на применении большого комплекса практических материалов по работе торговых сетей на Российском рынке.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

Общекультурные компетенции:

ОК-1. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК-5. Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности

ОК-8. Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-3. Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или

товароведной);

ОПК-4. Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Профессиональные компетенции:

ПК-2. готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

знать:

- основные подходы к сущности концепции рекламного менеджмента (З-1);
- особенности разработки рекламы (З-2);

уметь:

- оценивать рыночную ситуацию и устойчивые конкурентные преимущества торгового предприятия (У-1);
- организовать рекламную деятельность, включая ее регулирование и управление рекламными агентствами, а также рекламными службами предприятий (У-2);
- разработать и принять решения в сфере рекламной деятельности, прежде всего вопросы планирования и реализации рекламных кампаний, творческой разработки рекламы (У-3);
- использовать основные средства распространения рекламы с учетом их специфических особенностей и возможностей (У-4);

владеет навыками:

- выявления возможностей предприятия для работы на рынке (Н-1);
- выбора рекламного менеджмента, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций (Н-2).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Организация структуры процесса стратегического управления. Основные задачи и цели.

Раздел 2. Характеристика и особенности видов стратегического анализа. Раздел 3. Системы стратегического контроля и задачи реализации стратегии одиночного бизнеса.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -144/4, в том числе по ОФО лекции - 7 часов, практических занятий – 64 часов, самостоятельная работа - 37 часов. Аттестация – экзамен – 36 часов.

Б1.В.ОД.4 ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Целью дисциплины «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью» является формирование комплекса знаний, умений и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности в сфере менеджмента для выявления и внедрения в процесс коммерческой деятельности инновационных управленческих решений.

Задачами дисциплины являются:

- дать целостное представление о закономерностях и принципах управления коммерческой деятельностью;
- выявить основные направления развития инновационных механизмов в управлении коммерческими процессами;
 - раскрыть комплексный характер совокупности объектов инновационной инфраструктуры, обеспечивающих инновационные механизмы управления коммерческой деятельностью;
 - представить основные методологические подходы к количественной и качественной

- оценке технологических процессов коммерческой деятельности как объекта управления;
- изложить особенности принятия управленческих решений в области коммерциализации интеллектуальной собственности;
 - сформировать навыки самостоятельной разработки, анализа и оценки экономической эффективности инновационных проектов в сфере коммерции.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью» включена в вариативную часть обязательных дисциплин учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.06 Торговое дело (направленность Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Дисциплина «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью» является базовой для изучения следующих дисциплин: инновационно-информационные технологии в сфере коммерции, стратегический маркетинг на потребительском рынке, бизнес-проектирование коммерческой деятельности, корпоративное управление коммерческой организацией, оценка бизнеса.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);
- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8).

Общепрофессиональные компетенции:

- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4)

Профессиональные компетенции:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);
- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2);
- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);
- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8).

В результате освоения курса «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью» магистр должен

знать:

- теоретические основы инновационного менеджмента, экономической теории и теории управления;
- основные положения законодательных и нормативных актов в области инновационного менеджмента;
- понятия «новация», «инновации», «жизненный цикл», «нововведение», «инновационный процесс», «инновационная деятельность», «инновационной инфраструктуры», «стратегическое управление инновационной деятельностью», «инновационный потенциал»;
- закономерности функционирования рынка интеллектуальной собственности и ее

значение в современной экономике;

- классификацию инноваций и нововведений;
- стратегии инновационного развития;
- формы организации инновационной деятельности;
- показатели и методы оценки эффективности инноваций и нововведений.
- основные постулаты теории мотивации для выбора адекватного стиля управления инновационным процессом, позволяющего сформировать творческую среду, с целью увеличения креативного капитала (творческий менеджмент, психология управления);
- опыт зарубежных и отечественных фирм в области инновационного менеджмента.

уметь:

- аргументировано обосновывать необходимость использования современного научного знания (конкретных экономических концепций и теорий менеджмента) в управлении инновациями;
- владеть технологией управления инновационным проектом;
- обосновать эффективность инновационных проектов;
- оценивать риски в инновационной деятельности;
- оценивать инновационный потенциал организации;
- разрабатывать инновационный проект, рассчитывать его стоимость;
- анализировать и сравнивать объекты интеллектуальной собственности;
- оценить эффективность инноваций (элементы бизнес-планирования).

владеть навыками:

- регулирования инновационной деятельности;
- управления инновационными ресурсами на предприятиях торговли;
- маркетинга в инновационной деятельности;
- методов анализа инновационных процессов;
- формирования и использования банков данных по инновациям.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц – 144/4, в том числе по ОФО лекции – 7 часов, практических занятий – 64 часов, самостоятельная работа – 37 часов. Аттестация – экзамен – 36 часов.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы инновационного менеджмента

Тема 1. Инновационная деятельность. Сущность, определения и закономерности развития.

Тема 2. Роль государства в осуществлении инновационной деятельности.

Раздел 2. Организация инноваций

Тема 1. Организация инновационной деятельности.

Тема 2. Инновационный проект, его организация и финансирование.

Тема 3. Экспертиза инновационных проектов.

Раздел 3. Инновационное предпринимательство

Тема 1. Рынок интеллектуальной собственности.

Тема 2. Маркетинг инноваций.

Б1.В.ОД.5 ПЛАНИРОВАНИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ СИСТЕМ В ТОРГОВЛЕ НА ОСНОВАНИИ ЛОГИСТИКИ

Целью освоения дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» является развитие у обучающихся целостного представления об анализе и проектировании товаропроводящего механизма в торговле, а также углубленного понимания состава задач торговой логистики, приобретение умений применять методы их решения в научной работе и практике, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 38.04.06 - Торговое дело.

При изучении учебной дисциплины необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать понимание цели, задач и методов проектирования логистических

систем в торговле

- выработать умение выполнять анализ и проектирование логистических систем управления запасами в торговле
- выработать умение выполнять анализ и проектирование логистических систем складирования торговых грузов
- выработать умение выполнять анализ и проектирование логистических систем транспортирования торговых грузов
- выработать представление о методах проектирования информационного обеспечения логистической функции в организациях торговли
- выработать умение выполнять анализ и проектирование систем, обеспечивающих предоставление покупателям необходимого уровня логистического сервиса
- ознакомить с методологией планирования и проектирования целостных логистических систем товародвижения торговых грузов

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» включена в вариативную часть обязательных дисциплин по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация «магистр»).

Изучение дисциплины базируется на основе полученных знаний по дисциплинам «Стратегический маркетинг на потребительском рынке», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности». Дисциплина является предшествующей для последующего выполнения выпускной квалификационной работы.

Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения курса проектирования товаропроводящих систем в торговле на основе логистики магистрант должен иметь представление о системе логистики на предприятии торговли как о сложной системе, включающей подсистемы поддержки закупок и продаж, подсистемы запасов, складов и транспорта, подсистему информационного обеспечения и являющейся, в свою очередь, частью бизнеса компании.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных компетенций:

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-3. Способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

ОПК-4. Готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

профессиональных компетенций:

ПК-2. Готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

ПК-7. Профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

Знать:

- Цели и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики
- Содержание работ и методы проектирования логистических систем в товародвижении

- действующую нормативную базу проектирования логистических систем в товародвижении

Уметь:

- анализировать систему управления запасами торговой организации,
- анализировать систему логистического обеспечения закупок и продаж торговой организации,
- анализировать систему транспортно-складского обеспечения логистики торговой организации,
- анализировать систему логистического сервиса торговой организации,
- анализировать информационное обеспечение логистики торговой организации,
- интегрировать результаты вышеперечисленных видов анализа логистической системы торговой организации, формулировать задачи, выдвигать, экономически обосновывать и реализовывать варианты развития логистической системы торговой организации.

Владеть:

- современными методами анализа и проектирования логистических систем товародвижения,

Содержание дисциплины

Раздел 1. Цели, задачи и методы проектирования логистических систем в торговле

Раздел 2. Проектирование систем управления запасами в торговой логистике

Раздел 3. Проектирование складского обеспечения товаропроводящих систем в торговле

Раздел 4. Проектирование системы транспортной логистики торговой организации

Раздел 5. Проектирование информационного обеспечения торговой логистики

Раздел 6. Проектирование каналов товародвижения в торговой логистике

Раздел 7. Проектирование логистических процессов товароснабжения розничной торговли

Раздел 8. Разработка и обоснование концепции проекта логистической системы товародвижения в торговле

Раздел 9. Планирование и реализация проекта логистической системы товародвижения

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -144/4, в том числе по ОФО лекции-9 часов, практических занятий – 45 часов, самостоятельная работа 54 часов. Аттестация – экзамен – 36 часов.

Курсовая работа предусмотрена.

Б1.В.ОД.6 КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Целью дисциплины «Корпоративное управление коммерческих организаций» является:

- формирование у магистрантов фундаментальных научных знаний в теории корпоративного управления и практических навыков в данной области овладение новыми системными принципами и методами корпоративного управления;

Задачами дисциплины являются:

- Изучение теории корпоративного управления и ее роль как фундаментальной науки в общей теории управления;
- особенности организации управления корпорацией; механизм объединений предприятий, тактику слияний и поглощений в системе корпоративного управления; корпоративные отношения.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Корпоративное управление коммерческих организаций» занимает важное место при рассмотрении проблем, связанных с изучением механизмов корпоративного управления на различных рынках и пути достижения конкурентоспособности товаров и услуг.

Дисциплина «Корпоративное управление коммерческих организаций» входит в вариативной части обязательных дисциплин, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» магистерской программы «Коммерческая

деятельность на рынке товаров и услуг».

Предшествующим курсом на котором непосредственно базируется дисциплина «Корпоративное управление коммерческих организаций» являются Менеджмент; Теория организации; Управление персоналом

Требования к результатам освоения дисциплин:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-8.Способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска;

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-3. Способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) ;

ОПК-4.Готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В результате освоения курса «Корпоративное управление коммерческих организаций» магистр должен:

Иметь представление:

о механизмах корпоративного управления на различных рынках и пути достижения конкурентоспособности товаров и услуг.

Понимать особенности организации управления корпорацией;

знать:

- основные черты современной корпорации, а также порядок создания и регистрации отечественных корпораций;

- цели корпораций, структуру внутренней и внешней среды корпорации;

особенности, этапы становления и развития корпоративного управления в Российской Федерации;

уметь:

-выявлять и анализировать проблемы корпоративного управления, в т.ч. связанные с интересами участников корпоративных отношений;

-обозначать различия и специфические особенности между отечественными и зарубежными корпоративными структурами;

владеть навыками:

-Формирование стратегии корпорации ;

-оценки риска в профессиональной деятельности ;

Общая трудоемкость-часов/зачетных единиц-144/4,в том числе по ОФО лекции-14,практических занятий -42, самостоятельная работа-52часа. Аттестация- экзамен-36 часов. Курсовая работа предусмотрена.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Классификация корпораций и эффективная форма интеграции в рыночной экономики.

Раздел 2. Особенности управления корпорацией.

Б1.В.ДВ.1. ТЕОРИЯ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ дисциплины

Целями дисциплины «Теория сетевой экономики» при подготовке будущего магистра в области торгового дела являются:

Ц1. Подготовка выпускников к междисциплинарным научным исследованиям для решения задач связанных с разработкой инновационных методов моделирования и оценки конъюнктуры рынков, бизнес-технологий в сфере маркетинга и коммерции.

Ц2. Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности.

Ц3. Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции.

Ц4. Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Данная дисциплина входит в цикл экономических дисциплин. Реализуется в овтором семестре в объеме 108 часов.

При изучении дисциплины студенты ознакомятся с основными положениями сетевой экономики: сетевыми формами организации деятельности и сетевыми механизмами координации экономических отношений. Рассматриваются социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями (электронная коммерция, обучающиеся организации, гипертекстовые организации, онлайнное сообщество, голографические организации и т.д.). Рассматривается теория взаимодействий в социально-экономических системах. Рассматриваются методы агентного моделирования, на основе которых строится теоретическая модель онлайнного сообщества. Рассматривается сетевая инфраструктура онлайнных сообществ.

Формируется статистическая база для исследования онлайнных сообществ и их организаций.

Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами, на следующих дисциплинах: «Психология», «Компьютерные технологии», «Методология экономической науки», «Конкурентная политика коммерческих организаций», «Стратегический маркетинг», «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес проектирование коммерческой деятельности». Параллельно с «Теорией сетевой экономики» могут изучаться следующие дисциплины: «Инновационный маркетинг», «Мерчандайзинг», «Международный маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины студенты в области социально-экономических дисциплин **должны знать:**

- основы обеспечения экономической безопасности предприятия, в т.ч. в торговой сфере, уметь наладить работу с персоналом по предотвращению экономических преступлений;
- комплекс знаний, сформированных новой концепцией теории экономики, основанной на выделении сетевой экономики;
- знать и грамотно применять в практической работе социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями.

Уметь:

использовать знания по теории сетевой экономики, включая вопросы формирования онлайнного пространства, виртуальных организаций, сетевой координации онлайнного сообщества;

- разрабатывать практические решения в области управления виртуальными инструментами;

Владеть методами, приемами:

- необходимыми навыками практической работы по управлению виртуальной организацией и онлайнным сообществом в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка;
- знанием закономерностей формирования и развития виртуальной организации и виртуального сообщества;

- навыками организации инфраструктуры, формирования имиджа виртуальной организации и онлайн-общества.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (КОМПЕТЕНЦИИ)

В результате освоения дисциплины магистр приобретает знания, умения и опыт, соответствующие результатам основной образовательной программы.

Магистр по направлению подготовки 100700 Торговое дело готовится к следующим видам профессиональной деятельности: торгово-технологическая; организационно-управленческая; экспертная; проектная; научно-исследовательская и педагогическая.

Результаты освоения дисциплины. Магистр должен

Знать

- основы обеспечения экономической безопасности предприятия, в т.ч. в торговой сфере, уметь наладить работу с персоналом по предотвращению экономических преступлений;
- комплекс знаний, сформированных новой концепцией теории экономики, основанной на выделении сетевой экономики;
- знать и грамотно применять в практической работе социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями.
- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;
- анализ, оценку и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- систему сетевой деятельности, создание и управление брендами;
- прогрессивные направления развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);
- анализ и оценку эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);
- анализ состояния и динамику показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований

Уметь:

- выбрать инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализировать и оценивать их экономическую эффективность;
- выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- выбирать инновационные системы закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- разрабатывать и оценивать эффективность инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;
- разрабатывать тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозировать и оценивать их оптимальность;
- планировать и принимать решения в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценивать их эффективность;
- разрабатывать и управлять товарной политикой организации (предприятия);
- управлять внутренней и внешней логистикой торгового предприятия;
- осуществлять поиск идей, проектирование и разработку новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;
- осуществлять поиск, анализ, систематизацию и обобщение научной информации;
- разрабатывать учебно-методические материалы.

Владеть методами, приемами:

- организации и управления бизнес-планированием;
- организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг, анализом и оценкой

онлайн бизнес-среды организации (предприятия);

- проектирования, разработки и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- проектирования и разработки бренд-технологий;
- проектирования стратегии развития логистики организации;
- прогнозирования и проектирования ассортимента товаров;
- оценки и обеспечения прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение;
- исследования, прогнозирования тенденций и оценки изменений конъюнктуры рынков;
- исследования, моделирования и оценки бизнес-технологий;
- прогнозирования потребностей и оценка степени их удовлетворенности;
- преподавания дисциплин профессионального цикла в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования.

В процессе освоения дисциплины у студентов развиваются следующие компетенции:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания, в т.ч. в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение.(ОК-6)

-готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональных технологий(коммерческой, товароведной, маркетинговой, рекламной, логической) (ПК-2)

-способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения или экспертизы.(ПК-7)

4.Общая трудоемкость – 108 часов/3, в том числе по ОФО лекции – 14, практических занятия – 42,самостоятельной работы-52 Аттестация –зачет.(контрольная работа)

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание теоретического раздела дисциплины (лекции - 9 часов)

Раздел 1. Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику

Раздел 2. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах

Раздел 3. Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества

Раздел 4. Сетевая инфраструктура онлайн-обществ

Б1.В.ДВ.2 ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОММЕРЦИИ

Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является:

– изучение существующих, популярных информационных систем и программ автоматизации на предприятиях торговли, освоение основных навыков автоматизации торговой деятельности в ведущих российских информационных системах, освоение навыков проектирования информационной системы.

Задачами дисциплины является:

- приобретение знаний о принципах работы современных информационных систем и программ автоматизации на предприятиях торговли;
- приобретение умений применения систем комплексной автоматизации в торговле.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции относится к общенаучному циклу; вариативной части, дисциплина осваивается в 2

семестре.

Дисциплина является основополагающей для изучения дисциплины Планирование и прогнозирование в условиях рынка.

3. Требования к результатам освоения дисциплин:

3.1. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурными:

ОК-5. - способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение.

Профессиональными:

торгово-технологическая деятельность:

ПК-1. - способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;

ПК-2. - готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

Организационно-управленческая деятельность:

ПК-4. - готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

ПК-5. - способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

ПК-7. - способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

Проектная деятельность:

ПК-10. - способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий;

Экспертная деятельность:

ПК-11. - способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее;

Педагогическая деятельность:

ПК-12. - способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий.

3.2. Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения курса «Инновационно-информационных технологий в сфере коммерции» магистрант должен:

знать:

- принципы работы автоматизированной системы обработки информации; (З-1)
- современные системы и программы автоматизации на предприятиях торговли. (З-2)

- об информационных системах и технологиях управления коммерческой деятельностью предприятия. (З-3)

уметь:

- применять количественные методы анализа решения торгово-экономических задач. (У-1)
- настраивать конфигурацию в соответствии с особенностями предприятия. (У-2)

приобрести навыки:

- ведения торговой деятельности в ведущих российских информационных системах; (Н-1)
- методами и инструментальными средствами анализа, прогнозирования и планирования в сфере коммерции. (Н-2)

4.Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -108/3, в том числе по ОФО лекции - 14 часов, практических занятий – 42 часов, самостоятельная работа - 52 часов. Аттестация – зачет. Курсовая работа (проект) не предусмотрена

5. Содержание разделов дисциплин

Тема 1. Понятие инновации в современном ритейле и ее значение для розничного бизнеса.

Тема 2. Направления развития современного ритейла, проблемы и их возможные решения.

Тема 3. История зарождения и внедрения инновационных технологий, сформировавших современный ритейл.

Тема 4. Инновации и формы развития современных торговых организаций.

Тема 5. Анализ источников становления ведущих зарубежных ритейлеров.

Тема 6. Роль инноваций в формировании эффективной организационной и управленческой структур.

Тема 7. Управление товародвижением в ритейле: новации и эффективные приемы,

Тема 8. Управление персоналом и используемые современным бизнесом новации,

Тема 9. Влияние инноваций на финансово-хозяйственную деятельность розничных торговых организаций,

Тема 10. Экономия оборотных средств с помощью новых технологий,

Тема 11. Направления оптимизации хозяйственно-финансовой деятельности розничных торговых организаций: перспективные нововведения.

Тема 12. Новации в области управления собственностью торговых компаний.

Б1.В.ДВ.2.1 Планирование и прогнозирование в условиях рынка

Целью дисциплины является овладение студентами знаниями и действиями по стратегическому планированию и организации бизнес-процессов, направленными на совершенствование управления и стратегический рост компаний в условиях рынках.

Задачами дисциплины являются:

- выявление особенностей процессов стратегического планирования в корпорации и подразделениях;
- освоение процесса стратегического планирования бизнеса;
- изучить понятийный аппарат, связанный с планированием и прогнозированием в условиях рынка;
- приобрести умения по разработке бизнес – проектов;
- получить знания в области организации и управления бизнес – проектированием;
- освоить анализ и оценку эффективности инновационных бизнес – проектов организации(предприятия);
- изучить условий применения инжиниринга и реинжиниринга;

- овладеть знаниями в области исследования, моделирования и оценки бизнес – технологий.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Планирование и прогнозирование в условиях рынка» относится к общенаучному циклу вариативной части дисциплин по выбору, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Изучение дисциплины базируется на основе полученных знаний по дисциплинам «Инвестиции на рынке товаров и услуг», «Стратегический маркетинг на потребительском рынке», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности».

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

общекультурные компетенции:

ОК-1. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК-5. способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности

ОК-8.Способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска.

общепрофессиональные компетенции:

ОПК-2. Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

профессиональные компетенции:

ПК-6.Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

знать:

- Сущность бизнес – проектирования, классификацию и виды бизнес – проектов (3-1);
- Процедуру бизнес – проектирования коммерческой деятельности (3-2);
- Оценивать эффективность бизнес – проектов (3-3);
- Сущность и методологию инжиниринга и реинжиниринга бизнес – процессов (3-4);
- Средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес – процессов (3-5);

уметь:

- осуществлять бизнес – проектирование (У-1);
- разрабатывать самостоятельно в составе команды бизнес – проекты (У-2);
- контролировать выполнение бизнес – проектов и оценивать их эффективность (У-3);
- реализовать проекты по инжинирингу бизнес – процессов (У-4).

приобрести навыки

- умения разработки бизнес – проектов (Н-1);
- владения терминологическим аппаратом инжиниринга (Н-2);
- владения методами применения бизнес – инжиниринга и реинжиниринга в организации (предприятии) (Н-3).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Методология и организация стратегического планирования.

Раздел 2. Регулирование и стратегическое планирование решения социальных проблем общества.

Раздел 3. Регулирование стратегического планирования взаимодействия общества и природы.

Раздел 4. Прогнозирование и формирование темпов, пропорций, структуры национальной экономики.

Раздел 5. Прогнозирование деловой среды.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -72/2, в том числе по ОФО лекции - 9 часов, практических занятий – 27 часов, самостоятельная работа - 36 часов.

Аттестация – зачет.

Курсовая работа (проект) не предусмотрена.

Б1.В.ДВ.2.2 КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Целью дисциплины является формирование системы знаний у студентов, связанной с управлением конкурентоспособностью отдельных коммерческих организаций и их товаров на современных мировых рынках, выбором основных методов и инструментов обеспечения конкурентных преимуществ в системе современных мировых экономических отношений.

Задачи дисциплины заключаются:

- в рассмотрении ключевых составляющих конкурентной политики коммерческих организаций;
- в знакомстве со спецификой формирования и управления конкурентоспособностью;
- в анализе методологических аспектов функционирования монопольных и конкурентных рынков;
- в уточнении методических вопросов конкурентного анализа.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Конкурентная политика коммерческих организаций»

относится к общенаучному циклу вариативной части дисциплин по выбору, включенных в учебный план направление подготовки **38.04.06** Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Изучение дисциплины базируется на основе полученных знаний по дисциплинам «Инвестиции на рынке товаров и услуг», «Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка».

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные компетенции (ОК):

- ОК-1. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу ;
- ОК-5. Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- ОК-8. Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска;
- ОК-9. Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования.

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2. Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

профессиональные компетенции (ПК):

ПК-6. Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке

конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

Знать:

- Современные направления развития научных исследований в сфере коммерции (З-1);
- Особенности управления производственными и научными коллективами и основы стратегического управления предприятием (З-2).

Уметь:

- исследовать заявленную (или выявленную) проблему глубоко и всесторонне, свободно владея методиками анализа коммерческих процессов и явлений (У-1);
- разработать, описать и профессионально аргументировать свой вариант решения рассматриваемой проблемы организовать производственный или научный процесс на бесконфликтной основе (У-2);
- оценивать результаты индивидуальной и коллективной деятельности с использованием инструментов, позволяющих охарактеризовать их эффективность (У-3);
- самостоятельно отобрать источники информации, обеспечивающие научное исследование по определенной тематике и осуществить полноценный поиск требуемой информации (У-4);
- осуществлять обработку данных с использованием передовых методик и информационных технологий (У-5).

Приобрести навыки:

- по организации научной и производственной деятельности, методами стратегического управления (Н-1);
- приемов управления коллективом (Н-2);
- методов оценки эффективности научной и производственной деятельности (Н-3);
- поиска научной информации на бумажных носителях и в сети Интернет (Н-4);
- владения методиками и информационными технологиями обработки данных (Н-5).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические аспекты функционирования монопольных и конкурентных рынков

Раздел 2. Теоретические основы конкурентоспособности

Раздел 3. Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках

Раздел 4. Конкурентная стратегия

Раздел 5. Основные методы конкурентного анализа

Раздел 6. Особенности формирования конкурентоспособности новых товаров на современных рынках.

Раздел 7. Методические вопросы оценки конкурентоспособности.

Раздел 8. Методы проведения конкурентной политики в различных странах мира.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -72/2, в том числе по ОФО лекции - 9 часов, практических занятий – 27 часов, самостоятельная работа - 36 часов. Аттестация – зачет. Курсовая работа (проект) не предусмотрена.

Б1.В.ДВ.3 ОЦЕНКА БИЗНЕСА

Целями дисциплины являются: расчет и обоснование рыночной стоимости объекта оценки; идентифицировать объекты подлежащие оценке, установить имущественные права, определить момент оценки и стандарт рассчитываемой стоимости; осуществить сбор и обработку правоустанавливающих документов, данных бухгалтерского учета и отчетности; определить денежные суммы, которые будут инвестированы в него и получены от этих инвестиций в процессе функционирования предприятия.

Задачами дисциплины являются:

- Сбор и анализ информации;
- Выбор метода оценки стоимости с использованием трех подходов;

- Выполнение расчетов;
- Проверка и анализ результатов;
- Составление отчета об оценке

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Оценка бизнеса» входит в вариативную часть дисциплин по выбору, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Предшествующими курсами на которых непосредственно базируется дисциплина «Оценка бизнеса» являются: «Мировая экономика», «Экономическая теория», «Организация и техника внешнеторговых операций». Дисциплина «Оценка бизнеса» является основополагающим для изучения дисциплины «Международный бизнес».

Требования к результатам освоения дисциплин:

Общекультурные компетенции:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);
- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8).;
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

Требование к знаниям, умениям, навыкам

знать:

- основы оценочной деятельности, правовые основы оценочной деятельности;
- организацию процесса оценки ,функции сложного процента ,сбор и подготовка информации;
- виды и способы определения стоимости;

уметь:

- оценивать рыночные стоимости ; самостоятельно выявлять конкурентные преимущества и принимать решения в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности;
 - оценивать стоимость нематериальных активов;
 - оценивать рыночную стоимость финансовых вложений;
 - собирать и подготавливать информацию необходимой для оценки;
- #### **владеть навыками:**
- разработки плана проведения оценочных работ;
 - применение сравнительного рыночного подхода оценки недвижимости;
 - применение затратного подхода в оценке нематериальных активов;
 - применение сравнительного рыночного подхода к оценке стоимости машин и оборудования;
 - определения итоговой величины стоимости;

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц-144/4, в том числе по ОФО лекции – 14, практических занятия – 42, самостоятельных работ - 52. Аттестация – экзамен – 36.

Содержание дисциплины

- Раздел 1. Основы оценочной деятельности.
- Раздел 2. Организация процесса оценки.
- Раздел 3. Правовые основы оценочной деятельности
- Раздел 4. Функции сложного процента.
- Раздел 5. Сбор и подготовка информации, необходимой для оценки.
- Раздел 6. Доходный подход.
- Раздел 7. Затратный подход к оценке бизнеса

Раздел 8. Рыночный подход к оценке бизнеса.

Раздел 9. Определение итоговой величины стоимости.

Б1.В.ДВ.3 АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

1.Цели и задачи дисциплины.

Целью дисциплины-является овладение компетенциями построения оптимальных отношений власти, бизнеса, институтов гражданского общества, овладение научно-аналитическими методами политическими прогнозирования в области экономических и правовых процессов, механизмами системного планирования государственно-частного партнерства, его эффективного развития и совершенствования в интересах государства, предпринимательства и общества.

Задачи дисциплины

-изучение базовых понятий в области экономики, права и организации предпринимательства в РФ, исследование критериев выбора сферы бизнеса и обоснования создания нового предприятия; рассмотрение направлений и форм государственной поддержки малых предприятий в РФ; рассмотрение этапов организации малого бизнеса; изучение правовых аспектов предпринимательской деятельности в части ответственности предпринимателей и защиты их прав; выявление особенностей финансированием и выбор оптимальной налоговой нагрузки субъектов предпринимательской деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина « Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» входит в вариативную часть профессионального цикла, является дисциплиной по выбору, включенной в учебный план направления подготовки 100700(38.04.06). Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» является: Коммерческое право.

Дисциплина «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» является основополагающей для изучения дисциплин: «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Предпринимательское право».

Требования к результатам освоения дисциплин:

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

-способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

-способность критически резюмировать информацию , проявлять инициативу , в т.ч в ситуациях риска(ОК-8);

-готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих и уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования(ОК-9);

Требования к знаниям, умениям и навыкам.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

Знать:

-основные теоретические положения системы юридических знаний;

-законы и другие нормативно-правовые акты, необходимые для профессиональной деятельности;

-обязательный минимум содержания дисциплины и основные юридические понятия.

Уметь:

-анализировать правовые процессы и проблемы развития российского общества; возможные альтернативы его развития в будущем;

- ориентироваться в непростых условиях построения правового государства;
- умением разрабатывать проекты нормативных правовых актов, готовить заключения на нормативные правовые акты в соответствии с правилами юридической техники;
- правильно применять нормы права;

Владеть:

- навыками восприятия и анализа текстов, имеющих правовое содержание;
- навыками самостоятельной, творческой работы; умением организовать свой труд, способностью порождать новые идеи, находить подходы к их реализации;
- способностью способно ориентироваться в правовой системе России.

Объем дисциплины и виды учебной работы:

Общая трудоемкость – 144 часов/зачетных единиц -4, в том числе лекции- 14 часов, практических занятий – 42 часов, самостоятельная работа 52 час. Аттестация – экзамен-36 часов.

Содержание дисциплин:

1. Экономические функции государства
2. Экономике бюрократии
3. Экономика коррупции
4. Государственные услуги
5. Частно-государственные услуги
6. Бизнес и государственный бюджет
7. Взаимодействие государства и бизнес в концепции электронного правительства.

Б1.В.ДВ.4 МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС

Целью дисциплины является формирование у магистрантов системного понимания состояния и тенденций развития современной мирохозяйственной системы; методов и законов ее развития;

диалектики прямых и обратных связей и взаимозависимостей изучаемого объекта.

Задачами дисциплины являются:

изучение мирового хозяйства как сферы предпринимательской деятельности, особенностей его функционирования в современных условиях развития мирового рынка труда и капиталов, многообразия форм рыночной экономики, международной экономической интеграции, специфики механизма регулирования международных экономических отношений.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Международный бизнес» входит в Вариативную часть обязательных дисциплин по выбору, по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (направленность: Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг).

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами в процессе изучения курсов, имеющих своим предметом исследования общетеоретические вопросы развития мировой экономики и международных экономических отношений.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные компетенции:

ОК-3. Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

ОК-4. Способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности ;

ОК-8. Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска ;

ОК-9 Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования .

профессиональные компетенции:

ПК-6. Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

В результате изучения дисциплины, магистрант должен:

знать:

- иметь представление об основных тенденциях в современном мировом хозяйстве;
- особенности функционирования фирм на международных рынках;
- возможности применения принципов и методов международного маркетинга в практической деятельности отечественных предприятий и организаций;
- иметь представление о составе задач и решений, принимаемых в сфере международных маркетинговых исследований;
- уметь оценивать влияние государственного регулирования внешнеэкономической деятельности на положение предприятий при выходе на международные рынки;
- представлять экономическое положение РФ в мировом хозяйстве.

уметь:

- анализировать процесс интернационализации бизнеса, основные теории международного бизнеса, характеристики экономической, политической и культурной среды;
- оценить уровень интернационализации на предприятии и в отрасли, условия выхода предприятия на международный рынок;
- характеризовать основные формы международных внешнеторговых сделок;
- использовать методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия на внутреннем и зарубежном рынке;
- оценивать роль государства в регулировании международного бизнеса в РФ;
- уметь оценить совокупность факторов, влияющих на фирмы, действующие на зарубежных рынках.

иметь навыки (приобрести опыт):

- способность анализировать конъюнктуру внешних рынков (Н-1);
- умение выбрать стратегию международного экономического поведения (Н-2);
- умение оценивать систему внешних и внутренних факторов, стимулирующих (ограничивающих) тактику внешнеэкономической деятельности предприятий (Н-3);
- навыки в оценке конкурентоспособности российских предприятий на рынках зарубежных стран (Н-4).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационные формы международного бизнеса

Раздел 2. Международный бизнес в основных секторах мировой экономики.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -144/4, в том числе по ОФО лекции

- 9 часов, практических занятий – 45 часов, самостоятельная работа - 54 часов. Аттестация – экзамен – 36 часов. Курсовая работа (проект) не предусмотрена.

Б1.В.ДВ.4 КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Целями дисциплины являются: осуществление профессиональной консультации, направленной на обслуживание потребностей экономики и управления ,определить диагностику, разработку и внедрение решения ,выявление содержания контрактов при осуществлении сделки ,оценить результаты консалтинговых услуг в сфере потребления .

Задачами дисциплины являются:

- Сбор, обработка данных на объекте и определение проблемы;
- Разработка решений проблем;

- Внедрение решений;
- Контроль за внедрением;
- Завершение проекта;
- Анализ деятельности консультанта по проекту.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» входит в вариативную часть дисциплин по выбору, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Предшествующими курсами на которых непосредственно базируется дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» являются: «Менеджмент», «Маркетинга», «Общая экономическая теория».

Требования к результатам освоения дисциплины:

Общекультурные компетенции:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);
- способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

Профессиональные компетенции:

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-б);

Требования к знаниям, умениям, навыкам

знать:

- осуществление профессиональной консультации, направленной на обслуживание потребностей экономики и управления;
- определить диагностику, разработку и внедрение решения;
- выявление содержания контрактов при осуществлении сделки;

уметь:

- оценить результаты консалтинговых услуг в сфере потребления;
- контроль за внедрением;

владеть навыками:

- сбор, обработка данных на объекте и определение проблемы;
- разработка решений проблем;
- внедрение решений;
- завершение проекта;
- анализ деятельности консультанта по проекту;

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц-144/4, в том числе по ОФО лекции – 9, практических занятия – 45, самостоятельных работ - 54. Аттестация – экзамен – 36

Содержание дисциплины

- Раздел 1. Сущность, основные понятия и возникновения консалтинга в сфере торговли.
 - Раздел 2. Классификация консалтинговых услуг
 - Раздел 3. Формы договоров на консалтинговые услуги.
 - Раздел 4. Оценка результатов консалтинговых услуг.
- Не предусмотрено курсовой проект.

Б1.В.ДВ.5 КОММЕРЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Целью курса "Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка" входящего в цикл дисциплин направления магистратура является овладение знаниями по

коммерческим операциям с учетом специфики сельского хозяйства, что позволяет выпускнику правильно с наименьшим риском осуществлять коммерческую деятельность.

Задачами курса "Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка" являются; ознакомление с коммерческой деятельностью связанной с переработке сельскохозяйственной продукции; ознакомление с функциями и задачами предприятий на этом сегменте рынка; освоение технологии формирования цепочки движения заказа от покупателя к продавцу на бирже.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин по выбору, включенных в учебный план направления 38.04.06 направления Торговое дело. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка» являются: Рынки потребительских товаров, Логистика, Организация торговой деятельности.

Дисциплина «Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка» является основополагающей для изучения дисциплины: Стратегический маркетинг на потребительском рынке.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-7);

Общепрофессиональные компетенции:

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

Профессиональные компетенции:

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

В результате освоения курса «Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка» магистрант должен

знать:

- сущность и содержание понятий коммерческой деятельности в сельском хозяйстве: конкурентная политика, конкуренция, конкурентная среда, конкурентная стратегия, стратегическое планирование и их взаимосвязь в процессе развития конкурентных отношений;
- концепцию и принципы формирования продовольственного рынка на современном этапе;
- комплексные характеристики конкурентных рынков и их участников;
- роль бизнес планирования в коммерческой деятельности сельхозпредприятий и предприятиях перерабатывающей промышленности.

уметь:

- владеть методологией научного творчества, современными информационными технологиями, методами получения, обработки и хранения научной информации, быть способным к разработке новых методов исследования в области коммерции;
- быть готовым в научно-исследовательской деятельности самостоятельно выдвигать и

формулировать проблемы и изыскивать пути творческого их решения;

- в научно-педагогической деятельности быть готовым к построению учебных курсов в зависимости от интересов аудитории, слушателей с учетом их возрастных профессиональных и иных особенностей.

приобрести навыки:

- выявления конкурентных преимуществ и оценки конкурентоспособности предприятий и их продукции;

- оценки возможности создания или поиска рыночных ниш с целью соответствующей ориентации производственно-коммерческой деятельности производителей товаров или услуг;

- выявления особенностей конкурентной политики крупных, средних и узкоспециализированных предприятий.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационно-правовые формы предприятий АПК

Раздел 2. Концепция коммерческой деятельности предприятий перерабатывающей промышленности.

Раздел 3. Планирование коммерческой деятельности сельхозпредприятий.

Раздел 4. Законы спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию.

Раздел 5. Функционирования рынка сельскохозяйственных товаров.

Раздел 6. Кредитование предприятий перерабатывающей промышленности.

Раздел 7 Анализ себестоимости продукции.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц – 108/3, в том числе по ОФО лекции - 7, практических занятий –35, самостоятельная работа – 66 часов. Аттестация – зачет.

Б1.В.ДВ.5 РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью дисциплины является формирование комплекса знаний в организации коммерческой деятельности на региональном уровне.

Задачами курса являются:

- Изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения;

- Исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности разных видов предприятий с целью оптимизации;

- Планирование и организация процессов закупки и продаж товаров предприятий народного хозяйства;

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Региональные особенности коммерческой деятельности» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин по выбору, включенных в учебный план направления 38.04.06 направления Торговое дело. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Коммерция сельского хозяйства и продовольственного рынка» являются: Рынки потребительских товаров, Логистика, Организация торговой деятельности.

Дисциплина «Региональные особенности коммерческой деятельности» является основополагающей для изучения дисциплины: Стратегический маркетинг на потребительском рынке.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной

деятельности (ОК-5);

готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

Общепрофессиональные компетенции:

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

Профессиональные компетенции:

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

Требования к знаниям, умениям, навыкам:

В результате освоения курса «Региональные особенности коммерческой деятельности» магистрант должен

знать:

- сущность и содержание понятий коммерческой деятельности в сельском хозяйстве: конкурентная политика, конкуренция, конкурентная среда, конкурентная стратегия, стратегическое планирование и их взаимосвязь в процессе развития конкурентных отношений
- концепцию и принципы формирования продовольственного рынка на современном этапе

уметь:

- владеть методологией научного творчества, современными информационными технологиями, методами получения, обработки и хранения научной информации, быть способным к разработке новых методов исследования в области коммерции
- быть готовым в научно-исследовательской деятельности самостоятельно выдвигать и формулировать проблемы и изыскивать пути творческого их решения

Владеть навыками:

- выявления конкурентных преимуществ и оценки конкурентоспособности предприятий и их продукции
- оценки возможности создания или поиска рыночных ниш с целью соответствующей ориентации производственно-коммерческой деятельности производителей товаров или услуг

Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие.

Раздел 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.

Раздел 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия.

Раздел 4. Организация управления коммерческой деятельностью торгового предприятия и в оптовой торговле.

Раздел 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие.

Раздел 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности.

Раздел 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -108/3, в том числе лекции- 7 часов, практических занятий – 35 часов, самостоятельная работа 66 часов. Аттестация – зачет.

Курсовая работа не предусмотрена.

ФТД.1. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И КУЛЬТУРА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью дисциплины является приобретение теоретических знаний и практических навыков по вопросам этики деловых отношений и процедурам проведения деловых переговоров.

Задачами дисциплины являются: изучение этических основ деловых отношений и формирования современной деловой культуры, деловой этики в бизнесе; изучение теории и практики ведения деловых переговоров – их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним; освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций; рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения; теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации; планирование, разработка и организация различных видов и форм делового взаимодействия в управлении.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловая этика и культура коммерческой деятельности» входит в дисциплины факультатива, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» направленности «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Предшествующим курсом на котором непосредственно базируется дисциплина «Деловая этика и культура коммерческой деятельности» является Психология.

Требования к результатам освоения дисциплин:

Процесс изучения дисциплин направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

ОК-2. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-5. Способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение.

Профессиональные компетенции:

ПК–6. Готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации, эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности;

ПК-10. Способностью к реальной конкурентоспособности товаров и организацией, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;

Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать:

- основные понятия теории делового общения

- этические нормы в деятельности организаций, структуру делового общения, организации деловых переговоров

уметь:

- ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения

владеть навыками:

-технологией нереплексивного и эмпатического слушания

-основами публичного выступления и ведения деловых бесед, совещаний, споров, техникой вербального и невербального делового общения, этическими нормами телефонного разговора, этикетом деловых приемов

Содержание дисциплины

РАЗДЕЛ 1. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ И ЭТИКА.

РАЗДЕЛ 2. ЭТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТИПОВ ЛИЧНОСТИ

РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.

РАЗДЕЛ 4. ЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ.

РАЗДЕЛ 5. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ.

РАЗДЕЛ 6. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ.

РАЗДЕЛ 7. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

РАЗДЕЛ 8. ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ С ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -36/1, в том числе лекции- 12 часов, практических занятий – 12 часов, самостоятельная работа 12 часов. Аттестация – зачет. Курсовая работа не предусмотрена.

ФТД.2. ВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ И КОММЕРЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ.

Целью дисциплины является приобретение теоретических знаний и практических навыков по вопросам этики деловых отношений и процедурам проведения деловых переговоров.

Задачами дисциплины являются: изучение этических основ деловых отношений и формирования современной деловой культуры, деловой этики в бизнесе; изучение теории и практики ведения деловых переговоров – их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним; освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций; рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения; теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации; планирование, разработка и организация различных видов и форм делового взаимодействия в управлении.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Ведение деловых переговоров и коммерческая конфликтология» входит в дисциплины факультатива, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело». Предшествующим курсом на котором непосредственно базируется дисциплина «Ведение деловых переговоров и коммерческая конфликтология» является Психология.

Требования к результатам освоения дисциплин:

Процесс изучения дисциплин направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

ОК-4. Способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;

ОК-5. Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-7. Способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-4. Готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Профессиональные компетенции:

ПК-6. Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать:

- основные понятия теории делового общения
- этические нормы в деятельности организаций, структуру делового общения, организации деловых переговоров

уметь:

- ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения

владеть навыками:

- технологией нереплексивного и эмпатического слушания
- основами публичного выступления и ведения деловых бесед, совещаний, споров, техникой вербального и невербального делового общения, этическими нормами телефонного разговора, этикетом деловых приемов

Содержание дисциплины

Раздел 1. Искусство ведения переговоров. Введение.

Раздел 2. Поведение на различных стадиях переговоров.

Раздел 3. Анализ переговорного процесса.

Раздел 4. Уловки в переговорах.

Раздел 5. Гарвардский проект переговоров.

Раздел 6. Переговоры с клиентами.

Раздел 7. Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами путем переговоров.

Раздел 8. Переговоры с клиентами в деловой переписке.

Общая трудоемкость – часов/зачетных единиц -36/1, в том числе лекции- 12 часов, практических занятий – 12 часов, самостоятельная работа 12 часов. Аттестация – зачет.

Аннотация учебной практики.

Цели учебной практики

Целями учебной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося и получение первичных умений, навыков в сфере профессиональной деятельности по направлению 38.04.06 Торговое дело направленности Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.

В результате прохождения учебной практики студент должен выработать умения, практически организовать самостоятельный профессиональный трудовой процесс в профессиональных коллективах и обеспечивать работу данных коллективов с соответствующими материалами; принимать организационные решения в стандартных ситуациях и нести за них ответственность.

Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются:

- приобретать навыки и умения применять теоретические и отдельные общекультурные и общепрофессиональные и профессиональные компетенции;
- ознакомление с организационной структурой предприятия и действующей в нем системы управления;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований в области торгового дела, выполняемых в организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей конкретных технологических процессов необходимых для осуществления торговой деятельности в организации;
- освоение приемов и методов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров торговых, технологических и других процессов в соответствии с направленностью Коммерческая деятельность на рынке товаров услуг;
- принятие участия в конкретном торговом процессе
- усвоение приемов, методов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.

Место учебной практики в структуре ОПОП ВО магистратуры

Учебная практика представляет базовую часть цикла ОПОП Б 2, «Практики, в т.ч научно-исследовательская работа» (Б2.У, Б2.У.1) и базируется на знаниях, умениях, навыках, полученных в ходе изучения учебных дисциплин профессионального цикла ОПОП:

Формы проведения учебной практики

Форма проведения учебной практики –выездная в коммерческих организациях и предприятиях(по отраслям и сферам применения). Практикой руководят профессорско-преподавательский состав, которые назначается приказом по университету по предоставлению декана факультета товароведения и коммерции и заведующего кафедрой коммерции. Руководитель практики консультирует магистрантов о выполнении заданий программы практики и написании отчетов, осуществляет контроль за ходом практики, оказывает методическую и организационную помощь магистрантам.

Руководитель практики от организации проводит организационные мероприятия, осуществляет контроль за ходом практики, составляет отзывы о результатах выполнения заданий и программы практики.

Место и время проведения учебной практики

Прохождение студентами учебной практики осуществляется, как правило, на основе договоров, заключенных между ВУЗом и предприятиями(организациями), в соответствии с которыми указанные предприятия(организации) обязаны предоставить места для прохождения студентами университета практики. Базы практики для студентов должны отвечать следующим требованиям: соответствовать направлению подготовки магистров; располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Объектами практики являются предприятия различных форм собственности и правового статуса, осуществляющих торговую деятельность(ИП, ХО, АО, ПО и др.).

Продолжительность практики- 6 недель. Время проведения -2 семестр, 1 год обучения.

Компетенции, формируемые в результате прохождения учебной практики (согласно матрице компетенций)

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен приобрести следующие навыки, умения, общекультурные и общепрофессиональные компетенции:

общекультурные:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

общепрофессиональные:

- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4)

Структура и содержание учебной практики.

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц или **324 ч.**

1.Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности и ознакомительные лекции, отработка конкретных ситуаций- **8 часа.**

2.Посещение объекта учебной практики с целью изучения и проведения мероприятий по сбору, обработке, систематизации и оценке информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью:

- характеристика объекта практики;
- организация труда на предприятии, структура управления на предприятии;
- торговый ассортимент и система обслуживания покупателей;
- практика проведения приемки товаров по количеству и качеству, инвентаризации товарно-материальных ценностей;
- идентификация товаров и услуг;
- оценка эффективности деятельности предприятий(организаций)- **300час.**

3.Подготовка и защита отчета по практике -**16 час.**

Формы промежуточной аттестации по итогам учебной практики

Аттестация по итогам учебной практики проводится в форме отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка -зачет

Аннотация производственной практики.

1. ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ, в.ч технологической.

Целями производственной практики, в т.ч. технологической являются получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, закрепление и углубление теоретической подготовки студента, приобретение им практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения по направлению подготовки

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.

- Задачами производственной практики, в т.ч. торгово-технологической являются:
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задачах по месту прохождения практики;
 - изучение организационной структуры предприятия и действующей в нем системы управления;

- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей строения, состояния, поведения и функционирования конкретных технологических процессов;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований
- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах и т.д.

торгово-технологическая деятельность:

- выбор, инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной (анализ и оценка их экономической эффективности));
- выявление и оценка рисков в профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной)
- выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей,
- разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, маркетинговых, логистических рекламных технологий;

организационно-управленческая деятельность:

- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;
- организация и управление бизнес-планированием;
- анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);
- разработка тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозирование и оценка их оптимальности;
- организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия),
- планирование и принятие решений в области коммерции, маркетинга, логистики, рекламы, или товароведения; оценка их эффективности;
- разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной);
- планирование рекламной деятельности, создание и управление брендами;
- управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия;

научно-исследовательская деятельность:

- исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;
- исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;
- прогнозирование потребностей и оценка степени их удовлетворенности;
- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;
- изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, коммерческой, рекламной, логистической, товароведной, экспертной);
- поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;

проектная деятельность:

- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной);
- поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;
- прогнозирование и проектирование ассортимента товаров;
- оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и

- услуг организаций (предприятий), ее обеспечение;
- проектирование и разработка бренд-технологий;
 - проектирование стратегии развития логистики организации;

экспертная деятельность:

- определение объектов экспертизы и оснований для ее проведения;
- выбор и рациональное использование средств и методов экспертизы;
- организация и проведение товароведных экспертиз;

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.

Производственная практика представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку магистрантов. Производственная практика входит в обязательный раздел ОПОП магистратуры Б2.П. «Практики, в т.ч. научно-исследовательская работа(Б2.П1)» и базируется на усвоении программы по производственной практике.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей Б1, Б1Б, Б1В, Б1В.О.Д и необходимым при освоении ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 торговое дело, направленности Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг:

знать:

- составляющие элементы торгово-технологической деятельности;
- механизмы поиска и выбора инноваций в профессиональной деятельности (торгово-технологической, организационно-управленческой, экспертной, проектной)

уметь:

- анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности;
- осуществлять планирование, учет и контроль торгово-технологической деятельности, прогнозировать её результаты;
- выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности;
- разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности;
- анализировать технологический процесс как объект управления, организовать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности;
- выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности;
- проектировать и реализовывать информационное и технологическое обеспечение в области профессиональной деятельности.

владеть:

- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности организации;
- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения профессиональной деятельности;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления коммерческой деятельности;
- умениями разработки бизнес-процессов, контроля за их выполнением и оценки их эффективности;
- методами разработки, реализации и оценки инновационных коммуникаций в процессе осуществления профессиональной деятельности.

Торгово-технологическая практика – как завершающий этап обучения предшествует разделу М.4 «Итоговая государственная аттестация».

Торгово-технологическая практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), решение поставленной проблемы в области торгово-технологической

деятельности конкретной организации на основе применения магистрантами освоенных методов исследования.

4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.

Форма проведения производственной практики – выездная в коммерческих организациях и торговых предприятиях (по отраслям и сферам применения).

Практикой руководят профессорско-преподавательский состав, которые назначается приказом по академии по представлению декана факультета товароведения и коммерции и заведующего кафедрой коммерции.

Руководитель практики консультирует магистрантов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов, осуществляет контроль за ходом практики, оказывает методическую и организационную помощь магистрантам.

Руководитель практики от организации проводит организационные мероприятия, осуществляет контроль за ходом практики, составляет отзывы о результатах выполнения заданий и программы практики.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.

Производственная практика проводится на предприятиях, учреждениях и организациях, на основе заключенных договоров.

Объектами практики является предприятия, различных форм собственности и правового статуса, осуществляющих коммерческую деятельность (ИП, ХО, АО, По и др.) Срок и время проведения практики 20 недель, 1 курс-2 семестр.

6. КОМПЕТЕНЦИИ МАГИСТРАНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.

В результате прохождения научно-исследовательской практики магистранты должны приобрести следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

- способностью совершенствовать и развивать свой общекультурный уровень (ОК-1);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности составляет 21 зач.единиц 540 часов (в т.ч. технологической практики составляет 6 зач.единиц, 216 час.)

Прохождение производственной практики магистрантами должно быть обеспечено документами и учебно-методическим материалами. Для этого в установленные учебными планами сроки факультетом разрабатывается подготовительный этап (таблица 1) .

- договоры, заключенные между КБГАУ и предприятиями (организациями);

- распоряжение декана факультета о направлении магистрантов на торгово-технологическую практику;

- направление магистрантов на практику в соответствии с договором.
- медицинские (санитарные) книжки для магистров, направляемых на объекты практики, связанные со сбытом и реализацией пищевых продуктов.

Перед началом практики заведующим кафедрой коммерции проводится организационное собрание, на котором рассматриваются следующие вопросы:

- успеваемость магистрантов по результатам сессии для выявления, академической задолженности, и установление сроков её ликвидации. На практику направляются только успевающие магистранты;
- ознакомление магистрантов с их распределением по объектам практики и назначение ответственных из числа магистрантов по каждой базе практики;
- информация о руководителях практики от кафедры коммерции и от предприятия (организации);
- цели и задачи практики в соответствии с программой практики;
- требования к трудовой дисциплине во время прохождения практики;
- общие указания по соблюдению Правил техники безопасности и действующих Правил внутреннего распорядка на предприятиях (в организациях).

Таблица 1.

Разделы и этапы производственной практики, в т.ч. технологической (структура и содержание)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы на практике, включая самостоятельную работу магистрантов и трудоемкость (в часах)				формы текущего контроля
		здание	сбор и обработка факт материала	систематизация факт материала	всего	
1.	Подготовительный этап	66	-	-	66	Явка на собран.
2.	Торгово-технологический этап:	100	40	60		
	самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, проанализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности	115	10	10	25	отчет
	выявлять и оценить риски в профессиональной деятельности	10	10	10	30	отчет
	выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	5	5	5	15	отчет
	разработать и оценить эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности	10	10	10	30	отчет
	Организационно-управленческая, экспертная, проектная деятельность:					
	проанализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	15	15	15	45	отчет
	анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, разработка стратегии, коммерческой деятельности предприятий (организаций)	5	15	15	40	отчет

исследование, анализ, прогнозирование и моделирование тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности	10	15	20	45	отчет
определение объектов и основания проведения экспертизы выбор использования средств и методов экспертизы в области профессиональной деятельности	5	10	10	25	отчет
проектирование и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности	55	10	15	30	отчет
прогнозирование и проектирование ассортиментов товаров, проектирование и разработка бренд-технологий	55	15	15	40	отчет
Научно-исследовательская деятельность					
исследование, прогнозирование, моделирование и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов	55	15	15	40	отчет
исследование прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения, экспертизы	15	10	40	40	отчет
обработка и представление результатов научно-исследовательской работы	10	10	15	35	отчет
	100	140	300	540	

8. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Научное исследование – это обоснованное применение научного предвидения будущего развития коммерческих явлений и процессов.

Исследование коммерческой деятельности является поисковым и должно сочетать в себе идею с реальными достижениями науки и техники в сфере коммерции.

Процесс научного исследования включает следующие логически построенные схемы:

1. Обоснование актуальности выбранной темы.
2. Постановка цели и конкретных задач исследования.
3. Определение объекта и предмета исследования.
4. Выбор методов (методики) проведения исследования.
5. Описание процесса исследования.
6. Обсуждение результатов исследования.
7. Формулирование выводов и оценка полученных результатов.

Начальным этапом исследования является обоснование актуальности выбранной темы.

Следующим этапом является формулировка цели исследования и решение задач в соответствии с этой целью. Далее формулируется объект и предмет исследования, определяется методика исследования, с дальнейшим описанием процесса исследования.

Обсуждение результатов исследования осуществляться, в форме научного доклада – на конференции факультета.

Заключительным этапом схемы научного исследования является формулирование выводов, которые представляют научные и практические результаты научной работы.

Примерный объем отчета по производственной практике – 30-40 страниц вместе с приложениями.

Контрольные вопросы и задания для проведения аттестации по итогам торгово-технологической практики.

Торгово-технологическая деятельность:

- выбор, инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, анализ и оценка их экономической эффективности);
- выявление и оценка рисков в профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной)
- выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей,
- разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических рекламных технологий;

организационно-управленческая деятельность:

- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;
- организация и управление бизнес-планированием;
- анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);
- разработка тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозирование и оценка их оптимальности;
- организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия),
- планирование и принятие решений в области коммерции, маркетинга, логистики, рекламы, товароведения; оценка их эффективности;
- разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной);
- планирование рекламной деятельности, создание и управление брендами;
- управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия;

экспертная деятельность:

- определение объектов экспертизы и оснований для ее проведения;
- выбор и рациональное использование средств и методов экспертизы;
- организация и проведение товароведных экспертиз;

проектная деятельность:

- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной);
- поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;
- прогнозирование и проектирование ассортимента товаров;
- оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение;
- проектирование и разработка бренд-технологий;
- проектирование стратегии развития логистики организации;

научно-исследовательская деятельность:

- исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;
- исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;
- прогнозирование потребностей и оценка степени; их удовлетворенности;
- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;
- изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, коммерческой, рекламной, логистической, товароведной, экспертной);

- поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;
- содержание работ по организации, проведению исследований коммерческой деятельности и оценке их эффективности.
- характеристика результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой;
- разработка инновационных методов, средств и технологий осуществления коммерческой деятельности.

9. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Аттестация по итогам производственной практики, в т.ч. технологической проводится в форме защиты выполненной работы на основании отзыва характеристики с места практики и научного руководителя, дневника практики, отчета магистранта о прохождении практики и выполнения индивидуального плана, а также на основании представления отчёта в комиссию по защите практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка зачет.

Аннотация научно-исследовательской практики.

1. Цели научно-исследовательской практики.

Целями научно-исследовательской практики являются: систематизация, расширение и закрепление профессиональных знаний, формирование у магистров навыков ведения самостоятельной научной работы и исследования.

2. Задачи научно-исследовательской практики.

Задачами научно-исследовательской практики являются:

- организация, проведение исследований коммерческой деятельности и оценка их эффективности;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления коммерческой (торговой) деятельности;
- приобретение навыков к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценки конъюнктуры рынка, бизнес-технологий с использованием научных методов;
- приобретение навыков к исследованию прогрессивных технологий в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения и экспертизы;
- приобретение навыков к самостоятельной обработке, интегрированию и представлению результатов научно-исследовательской работы.

2. Место научно-исследовательской практики ОПОП ВО.

Научно-исследовательская практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы магистратуры (Б2.Н1, Б2.П2 которая представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОПОП и необходимым при освоении программы научно-исследовательской практики:

знать:

- научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий;
- методы исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области торгового дела;
- компьютерные технологии, основные направления их использования в профессиональной деятельности;
- методы обработки и обобщения результатов НИР.

уметь:

- разрабатывать этапы исследования и планировать научно-исследовательскую работу и ее корректировку;
- применять современные методы и технологии научного исследования в процессе практического обучения;
- составлять отчет и публично защищать результаты научно-исследовательской работы;
- применять глобальные информационные системы в ходе решения задач научной деятельности.

приобрести навыки:

- формулировки целей и задач научного исследования;
- выбора и обоснования методики исследования;
- работы с научной литературой прикладными научными документами и программами, используемыми при проведении научных исследований;
- оформления результатов научных исследований (оформление отчета, написание научных статей, тезисов докладов).

4. Формы проведения научно-исследовательской практики.

Форма проведения практики: стационарная(выездная).

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики

Место проведения:

- Предприятия и организации Министерства промышленности и торговли КБР:
- Бизнес – центры и бизнес-инкубаторы (г.Нальчик, г.Прохладный)
- Кафедры: КБГАУ им. В.М.Кокова

Время проведения: 2 курс, 4 семестр.

6. Компетенции, формируемые в результате прохождения научно-исследовательской практики.

В результате прохождения научно-исследовательской практики магистранты должны приобрести следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);
- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

7. Структура и содержание научно-исследовательской практики.

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 3зачетных единиц 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике в т.ч. самостоятельной и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
11	Организация практики	- составление индивидуального плана прохождения практик (2)	Письменный отчет
		- формулировка цели и задачи научного исследования (1)	Письменный отчет

		- инструктаж о порядке прохождения практик (1)	Собеседование
22.	Подготовка к проведению научного исследования	- изучение методов исследования, анализа и обработки результатов, порядок их внедрения в практической деятельности предприятий (организаций) (12)	Собеседование
33.	Проведение научного исследования по избранной теме магистерской диссертации	62 (по отдельному плану)	Промежуточный контроль (собеседование)
44.	Обработка и анализ полученных результатов (выводы по результатам исследования)	20 (по отдельному плану)	Собеседование
55.	Подготовка отчета по практике в т.ч. публикаций по результатам научного исследования, выводы о практической значимости проведенного исследования для написания магистерской диссертаций	10(по отдельному плану)	Дифференцированный зачет

8. Научно-исследовательские технологии, используемые на практике

В процессе практики используются следующие технологии и методы научного исследования:

1. Планирование этапов исследования в т.ч. подготовительные, консультационные и др.;
 2. Сбор, статистическая обработка, оценка информации (теоретической, практической);
 3. Организация личного «мини научного архива»;
 4. Накопление фактов;
 5. Выявление актуальности, научной новизны, практической значимости;
 6. Методы исследования: общие (анализ, синтез, сравнение, обобщение, аналогия, моделирование; эмпирический (наблюдение, описание, эксперимент)); теоретические (мысленный эксперимент, идеализация, формализация, математическая гипотеза др.)
 7. Формы промежуточной аттестации по итогам научно-исследовательской практики . Аттестация по итогам научно-исследовательской практики проводится в форме защиты выполненной работы на основании отзыва характеристики с места практики, дневника практики, отчета о прохождении практики и выполнения плана практики, а также на основании представления в комиссию по защите практики.
- По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка зачет.

Приложение 5

Аннотация преддипломной практики

Преддипломная практика проводится на 2 курсе, в 4 семестре(216 час.)

Цели преддипломной практики

Целью преддипломной практики является: - систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению подготовки и применение этих знаний при решении конкретных научных, экономических и производственных задач, также подготовка студента к выполнению выпускной квалификационной работы; приобретение практических навыков по системному анализу бизнес-технологий, документации и литературных источников при выполнении магистерской диссертации; изучение принципов функционирования исследуемого объекта; изучение отечественных и зарубежных аналогов исследуемого объекта, проведение анализа существующих методов управления торговой деятельностью предприятий и организаций сферы товарного

обращения; экономическое обоснование рассматриваемой проблем по теме магистерской диссертации.

2. Задачи преддипломной практики.

Задачами преддипломной практики являются:

В торгово-технологической деятельности

- осуществление, поиск и выбор инноваций, анализ и оценка экономической эффективности профессиональной деятельности(коммерческой, или маркетинговой, или рекламной,логистической,товароведной)
- выявление и оценка риска в профессиональной деятельности(коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
- разработка о оценка эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности(коммерческой, маркетинговой,рекламной, логистической, товароведной).

В организационно-управленческой деятельности:

- анализ технологического процесса как объекта управления, организации работы персонала, выработка новых и принятия управленческих решений в области профессиональной деятельности, систематизация и обобщение информации по формированию и использованию ресурсов предприятия.
-)анализ и оценка бизнес-среды организации(предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности.
-)исследование, анализ, прогнозирование и моделирование тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.

В экспертной деятельности:

- определение объектов проведения экспертизы с обоснованием ее необходимости, использование рациональных средств и методов экспертизы в области профессиональной деятельности.

В проектной деятельности:

- участие в подготовке к проектированию и реализации задач и технологического обеспечения профессиональной деятельности.
- поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг
-)прогнозирование и проектирование ассортимента товаров.

В научно-исследовательской работе:

- исследование, прогнозирование, моделирование и оценка конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.
- исследование прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения, экспертизы.
- обработка, интегрирование и представление результатов научно-исследовательской работы и отчетах об итогах преддипломной практики.

В педагогической работе:

- участие в организации и проведении образовательной деятельности с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения, экспертизы.

3. Место преддипломной практики в ОПОП ВО.

Преддипломная практика является разделом основной образовательной программы магистратуры, которая представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОПОП и необходимым при освоении программы преддипломной практики:

знать:

- научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий;

- методы исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области торгового дела;
- основные направления использования в профессиональной деятельности компьютерных технологий для применения их в ходе подготовки ВКР;
- методы обработки и обобщения практических результатов исследования..

уметь:

- разрабатывать этапы подготовки разделов ВКР;
- применять современные методы в процессе обобщения результатов исследования;
- составлять отчет и публично защищать результаты практического обучения;

приобрести навыки:

- реализация целей и задач в процессе практического обучения;
- обоснование научной новизны и практической значимости выполненного исследования по теме ВКР;
- использование научной документацией и программ в процессе преддипломной практики;
- оформления результатов научных исследований теме ВКР.

4. Формы проведения преддипломной практики.

Форма проведения практики: выездная(стационарная).

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики

Место проведения:

- Предприятия и организации Министерства промышленности и торговли КБР;
- Бизнес – центры и бизнес-инкубаторы (г.Нальчик, г.Прохладный)
- Кафедры: КБГАУ им В.М.Кокова

Время проведения: 2 курс, 4 семестр

6. Компетенции, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

В результате прохождения преддипломной практики магистранты должны приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);

- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);

- способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

Таблица 3.

7. Структура и содержание преддипломной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике в т.ч. самостоятельной и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1.	Организация практики	- составление индивидуального плана прохождения практик (6)	Письменный отчет
		- формулировка цели и задачи практики (2)	Письменный отчет
		- инструктаж о порядке прохождения практик (2)	Собеседование

2.	Подготовка к проведению практики	- изучение методов, анализа и обработки результатов, порядок их внедрения в практической деятельности предприятий (организация (8))	Собеседование
3.	Обобщение результатов исследования по избранной теме магистерской диссертации	160 (по отдельному плану)	Промежуточный контроль (собеседование)
4.	Обработка и анализ полученных результатов исследования	20 (по отдельному плану)	Собеседование
5.	Подготовка отчета по результатам практики, практической значимости проведенного исследования для написания магистерской диссертаций	18 (по отдельному плану)	Дифференцированный зачет
	Итого	216	

8. Технологии, используемые на преддипломной практике

В процессе преддипломной практики используются следующие технологии и методы практического обучения:

1. Планирование этапов завершения исследования по теме ВКР;
2. Оценка практической информации, накопленной в процессе подготовки магистерской диссертации.
3. Абробация результатов исследования по теме ВКР и ее практической значимости;

9. Формы промежуточной аттестации по итогам преддипломной практики

Аттестация по итогам преддипломной практики проводится в форме защиты выполненной выпускных квалификационных работы, магистерских диссертации, на основании отзыва характеристики с места практики, отчета о прохождении практики и выполнения плана практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка зачет.

Аннотация программы научно-исследовательской работы.(НИР)

Цели НИР.

Основной целью НИР магистранта является развитие способности к самостоятельному осуществлению научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в инновационных условиях.

Научно-исследовательская работа в семестре выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно-исследовательской работы магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой выпускной квалификационной работы.

Задачи НИР:

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах и способах их решения;
- формирование умения использовать современные технологии сбора информации, обрабатывать и интерпретировать полученные экспериментальные и эмпирические данные, применять современные методы исследований;
- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;
- самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно-

исследовательской деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;

- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий.

Содержание научно-исследовательской работы

Содержание НИР определяется кафедрой коммерция, осуществляющей магистерскую подготовку. НИР в семестре может осуществляться в следующих формах:

- осуществление научно-исследовательских работ в рамках госбюджетной научно-исследовательской работы кафедры коммерции (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация экспериментальных и эмпирических данных);

- выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках грантов, осуществляемых на кафедре коммерции;

- участие в решение научно-исследовательских работ, выполняемых кафедрой коммерции в рамках договоров с образовательными учреждениями, исследовательскими коллективами;

- участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столах, дискуссиях, диспутах, организуемых кафедрой коммерции, факультетом Товароведения и коммерции, Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета имени В.М.Кокова;

- самостоятельное проведение семинаров, мастер-классов, круглых столов по актуальной проблематике;

- участие в конкурсах научно-исследовательских работ;

- осуществление самостоятельного исследования по актуальной проблеме в рамках магистерской диссертации;

- ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий;

- рецензирование научных статей;

- разработка и апробация диагностирующих материалов;

- разработка страниц сайтов факультета товароведения и коммерции, кафедр факультета;

- представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати

Содержание научно-исследовательской работы студента-магистранта в каждом семестре указывается в Индивидуальном плане магистранта. План научно-исследовательской работы разрабатывается научным руководителем магистранта, утверждается на заседании кафедры и фиксируется по каждому семестру в отчете по научно-исследовательской работе.

Сроки проведения, трудоемкость и основные этапы научно-исследовательской работы

НИР магистрантов выполняется на протяжении всего периода обучения в магистратуре.

Трудоемкость составляет 432 час., 12 зач.ед.(1 курс-4 недели; 2 курс- 4 недели) На первом году обучения она осуществляется одновременно с учебным процессом, на втором году обучения – в процессе написания выпускной квалификационной работы.

Основными этапами НИР являются:

1) планирование НИР:

- ознакомление с тематикой научно-исследовательских работ в данной сфере;

- выбор магистрантом темы исследования;

- написание реферата по избранной теме;

2) непосредственное выполнение научно-исследовательской работы;

3) корректировка плана проведения НИР в соответствии с полученными результатами;

4) составление отчета о научно-исследовательской работе;

5) публичная защита выполненной работы.

Результатом научно-исследовательской работы магистрантов, обучающихся по магистерской программе 38.04.06 направленности Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг в 1-м семестре, является выбор темы исследования, написание реферата или статьи по избранной теме и подготовка доклада на студенческую научную конференцию университета.

Результатом научно-исследовательской работы в 2-м семестре является: утвержденная тема диссертации и план-график работы над диссертацией с указанием основных мероприятий и сроков их реализации; постановка целей и задач исследования; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы и характеристика современного состояния изучаемой проблемы; характеристика методологического аппарата, который предполагается использовать, подбор и изучение основных литературных источников, которые будут использованы в качестве теоретической базы исследования. Кроме того, в этом семестре осуществляется сбор фактического материала для проведения диссертационного исследования.

Результатом научно-исследовательской работы во 3-м семестре является подробный обзор литературы по теме исследования, который основывается на актуальных научно-исследовательских публикациях и содержит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования, оценку их применимости в рамках диссертационного исследования, а также предполагаемый личный вклад автора в разработку темы. Основу обзора литературы должны составлять источники, раскрывающие теоретические аспекты изучаемого вопроса, в первую очередь научные монографии и статьи научных журналов. Кроме того, в этом семестре завершается сбор фактического материала для диссертационной работы, включая разработку методологии сбора данных, методов обработки результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над диссертацией.

Результатом научно-исследовательской работы в 4-м семестре является подготовка окончательного текста выпускной квалификационной работы.

6. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ВЫПОЛНЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

В результате выполнения научно-исследовательской работы магистранты должны приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

-способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);

-готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и - оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

-способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

-способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

-способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

По результатам выполнения утвержденного плана научно-исследовательской работы в семестре выставляется итоговая оценка («зачтено/»не зачтено»

Приложение 6

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов включают:

Перечень компетенции с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП.

1. Тематика курсовых ,контрольных работ .
2. Тематика рефератов.
3. Тестовые задания для оценки результатов освоения изучающих дисциплин.
4. Показатели и критерии оценки компетенции, шкала оценивания результатов освоения образовательной программы.
5. Методические разработки по определению процедур оценивания результатов освоения ОПОП.
6. Типовые контрольные задания для оценки знаний ,умений, навыков и опыта деятельности(характеризующих этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП).
7. Типовые контрольные задания для оценки результатов освоения ОПОП
8. студентами выпускниками.

Фонды оценочных средств при текущем и промежуточном контроле знаний студентов направления подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Методология экономической науки.

1. Научное знание как система.
2. Понятие и функции методологии.
3. Предмет дисциплины "методология экономической науки".
4. Общая методология научного творчества.
5. Основные понятия научно-исследовательской работы.
6. Общая схема хода научного исследования.
7. Использование методов научного познания.
8. Композиция диссертационной работы.
9. Магистерская диссертация как вид научного произведения.
10. Применение логических законов и правил.
11. Общие правила оформления рукописи (записки)
12. Порядок брошюровки и рубрикации рукописи.
13. Рекомендации по оформлению в рукописи иллюстраций, таблиц, формул, ссылок, приложений
14. Рекомендации по оформлению графической части и других иллюстрационных материалов
15. Приемы изложения научных материалов.
16. Язык и стиль научной работы.
17. Основные документы, представляемые в Государственную аттестационную комиссию.
18. Подготовка магистранта к выступлению на заседании Государственной аттестационной комиссии
19. Процедура публичной защиты магистерской диссертации
20. Тесты для текущего и промежуточного контроля обучающихся

- 1.** Что является главной целью науки:
 - а) получение знаний о реальности
 - б) развитие техники
 - в) совершенствование нравственности
- 2.** Предвидение будущего - третье звено в цепи логической операции, два предшествующих звена которой составляют:
 - а) анализ настоящего
 - б) исследование прошлого
 - в) анализ настоящего и исследование прошлого
- 3.** Является ли целостность характерным признаком научного знания?
(Да или Нет)
- 4.** Как называется метод получения эмпирического знания, при котором главное - не вносить при исследовании какие-либо изменения в изучаемую реальность:
 - а) эксперимент
 - б) наблюдение
 - в) измерение
- 5.** Как называются научные теории, которые оперируют наиболее абстрактными идеальными объектами:
 - а) фундаментальные
 - б) теории конкретных явлений
 - в) общенаучные
- 6.** Главная особенность науки— это ее:
 - а) зависимость от личности исследователя;
 - б) объективность;
 - в) регулирование со стороны идеологического руководства;
- 7.** Рассматривая основную структуру научного знания, В. И. Вернадский считал, что "основной неоспоримый вечный остов науки" (т.е. ее твердое ядро) включает в себя следующие главные элементы (стороны):
 - а) математические науки во всем их объеме;
 - б) логические науки почти всецело;
 - в) научные факты в их системе, классификации и сделанные из них эмпирические обобщения - научный аппарат, взятый в целом.)
- 8.** Что такое методология?
 - а) это система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.
 - б) учение о принципах построения, формах и способах научно-познавательной деятельности.
- 9.** Сколько функции методологии выделяют философы:
 - а) две
 - б) четыре
 - в) много
- 10.** Гносеологическая функция методологии предполагает:
 - а) методы исследования способствуют не только объяснению изучаемых явлений, но, что очень важно, служат также инструментом действенного изменения жизни, общественных явлений.
 - б) предвидение развития природных и общественных явлений, каких-либо событий, развития личности.
 - в) удовлетворение потребности в знаниях существенных связей и отношений окружающего мира, в познании его законов.
- 11.** Какая методология как учение о структуре научного знания, закономерностях научного познания служит ориентиром в процессе исследования:
 - а) дескриптивная

б) прескриптивная
направления (учения)

б) измерение;

в) эксперимент.

12. Что является частным случаем наблюдения?

а) опыт;

б) анкетирование;

в) эксперимент.

13. Что является методом научного исследования путем разложения предмета на составные части?

а) исследование;

б) сравнение;

в) анализ.

14 Последовательность расположения ее основных частей, к которым относят основной текст (т.е. главы и параграфы), а также части ее справочно-сопр

Задания для подготовки к текущей аттестации.

1 модуль

Научное знание как система.

Понятие и функции методологии.

Предмет дисциплины "методология науки".

Общая методология научного творчества.

Основные понятия научно-исследовательской работы.

Общая схема хода научного исследования.

Использование методов научного познания.

Композиция диссертационной работы.

2 модуль

Магистерская диссертация как вид научного произведения.

Применение логических законов и правил.

Общие правила оформления рукописи (записки)

Порядок брошюровки и рубрикации рукописи.

Рекомендации по оформлению в рукописи иллюстраций, таблиц, формул, ссылок, приложений

Рекомендации по оформлению графической части и других иллюстрационных материалов

3 модуль

1. Приемы изложения научных материалов.

2. Язык и стиль научной работы.

Основные документы, представляемые в Государственную аттестационную комиссию.

Подготовка магистранта к выступлению на заседании Государственной аттестационной комиссии

Процедура публичной защиты магистерской диссертации

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Название модуля	компетенции
1.	Раздел 1. Основы методологии и методики научного творчества	ОК- 4, ОК-5
2.	Раздел 2. Организация выполнения научного исследования	ПК-8

Показатели критериев и шкал оценивания при промежуточной аттестации студентов

Основой для определения оценки на промежуточной аттестации служит объём и уровень усвоения магистрантами материала и овладения компетенциями, предусмотренного

рабочей программой соответствующей дисциплины.

При промежуточной аттестации по дисциплине с преобладанием теоретического обучения предлагается руководствоваться следующим:

-оценку **«отлично»** заслуживает магистрант, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, овладевший всеми компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, умение свободно выполнять задания предусмотренные рабочей программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

-оценку **«хорошо»** заслуживает магистрант, обнаруживший полное знание программного материала, овладевший компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

-оценку **«удовлетворительно»** заслуживает магистрант, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, овладевший компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

-оценка **«неудовлетворительно»** выставляется магистранту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, не в полной мере овладевший компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

С учетом изложенных критериев и специфики конкретных дисциплин устанавливаются требования к оценке знаний на экзаменах и дифференцированных зачетах по дисциплинам, освоение которых связано преимущественно с формированием практических умений, навыков и профессионального мастерства.

Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Научное знание как система.
2. Понятие и функции методологии.
 1. Предмет дисциплины "методология экономической науки".
 2. Общая методология научного творчества.
 3. Основные понятия научно-исследовательской работы.
 4. Общая схема хода научного исследования.
 5. Использование методов научного познания.
 6. Композиция диссертационной работы.
 7. Магистерская диссертация как вид научного произведения.
 8. Применение логических законов и правил.
 9. Общие правила оформления рукописи (записки)
 10. Порядок брошюровки и рубрикации рукописи.
 11. Рекомендации по оформлению в рукописи иллюстраций, таблиц, формул,

ссылок, приложений

12. Рекомендации по оформлению графической части и других иллюстрационных материалов

13. Приемы изложения научных материалов.

14. Язык и стиль научной работы.

15. Основные документы, представляемые в Государственную аттестационную комиссию.

16. Подготовка магистранта к выступлению на заседании Государственной аттестационной комиссии

17. Процедура публичной защиты магистерской диссертации.

18. Примерная тематика рефератов по дисциплине «Коммерция сельскохозяйственного и продовольственного рынка».

Экономическая эффективность производственно-коммерческой деятельности предприятий АПК и пути ее повышения.

Организация маркетинга на перерабатывающих предприятиях АПК.

Коммерческое ценообразование на сельхозпродукцию, реализуемую на потребительском рынке.

1. Стратегия коммерческой деятельности сельхозпредприятий на рынке агропромышленной продукции

2. Механизмы обеспечения эффективности производственно-коммерческой деятельности предприятий АПК.

3. Организация управления многоканальной реализации продукции предприятиями АПК.

4. Концептуальные основы коммерческой деятельности на перерабатывающих предприятиях АПК.

5. Сегментирование рынка сбыта продукции отраслей АПК

6. Организационно-экономические факторы развития коммерческого предпринимательства в системе АПК.

7. Организация информационного обеспечения коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов АПК.

8. Бизнес-планирование в коммерческом предпринимательстве сельхозпроизводителей.

Задания для текущего и промежуточного контроля обучающихся

Охарактеризуйте сельское хозяйство как объект управления

Что представляют собой государственные и муниципальные унитарные предприятия?

1. В чем особенности производственных кооперативов?

2. Что такое акционерное общество?

3. В чем различия между хозяйственными обществами и товариществами?

4. Какие вы знаете органы управления АПК?

5. Назовите сферы составляющие АПК

6. Перечислите факторы формирующие региональное АПК

7. Отраслевая структура: сущность и содержание

8. Территориальная и организационно-управленческая структуры

9. Какие существуют виды коммерческих организаций?

10. Какие коммерческие организации и фирмы можно отнести к полностью независимым от производителей товаров?

11. Какова наиболее рациональная структура закупочно-сбытового отдела производственно-коммерческого предприятия?

12. Какими показателями определяется коммерческая деятельность?

13. Какие существуют преимущества и недостатки в иерархическом построении управления коммерческой фирмой?

14. Расскажите о методике разработки бизнес-плана.

15. Каковы основные принципы составления первичного бизнес-плана?
 16. Структура бизнес-плана на промышленных предприятиях различных форм собственности
 17. Структура бизнес-плана, рекомендуемая для производителей сельскохозяйственной продукции.
 18. В чем особенности менеджмента фермерского хозяйства?
 19. В чем сущность контроля?
 20. В чем особенности менеджмента фермерского хозяйства?
 21. В чем сущность контроля?
 22. Каковы задачи управленческого контроля?
 23. Какие вы знаете стадии контроля?
 24. Что такое внешний контроль?
 25. В чем сущность внутреннего контроля?
 26. Что такое управление по отклонениям, в чем его преимущества и недостатки?
 27. Перечислите принципы маркетинга
 28. Каковы функции маркетинга?
 29. В чем особенности маркетинга сельскохозяйственной продукции?
 30. Назовите основные стратегии маркетинга. В чем их сущность?
 31. Как организуется маркетинговая стратегия?
 32. Кредитор и заемщик, как субъекты кредитных отношений. Объект кредитного соглашения. Формы кредита.
 33. Банковский кредит. Прямой кредит. Косвенный кредит.
 34. Классификация банковской суммы в зависимости от степени риска:
 35. стандартные; с повышенным риском (субстандартные); пролонгированные; просроченные; безнадежные к погашению.
 36. Государственное кредитование. Коммерческое кредитование. Потребительское кредитование. Лизинговое кредитование. Ипотечное кредитование. Международный кредит.
 37. Издержки производства в сельском хозяйстве.
 38. Стоимость и себестоимость сельхозпродукции и сырья.
 39. Состав и классификация затрат при исчислении себестоимости продукции.
- Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Название модуля	компетенции
11	Раздел 1. Сущность, типология и организационно-правовые формы сельского предпринимательства	ОК-7; ОПК-3
22	Раздел 2. Менеджмент и маркетинг в сельском хозяйстве	ПК-1; ПК-6
33	Раздел 3. Экономика сельского хозяйства	ПК-7

Показатели критериев и шкал оценивания при промежуточной аттестации студентов

Основой для определения оценки на промежуточной аттестации служит объём и уровень усвоения магистрантами материала и овладения компетенциями, предусмотренного рабочей программой соответствующей дисциплины.

При промежуточной аттестации по дисциплине с преобладанием теоретического обучения предлагается руководствоваться следующим:

- «зачтено» заслуживает магистрант, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, овладевший всеми компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, умеющий свободно выполнять задания предусмотренные рабочей программой, усвоивший

основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, зачет выставляется магистрантам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

- «не зачтено» выставляется магистранту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, не в полной мере овладевший компетенциями предусмотренными в требованиях к результатам освоения дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, «не зачтено» ставится магистрантам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

С учетом изложенных критериев и специфики конкретных дисциплин устанавливаются требования к оценке знаний на зачетах по дисциплинам, освоение которых связано преимущественно с формированием практических умений, навыков и профессионального мастерства.

Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Индивидуальное предпринимательство
2. Хозяйственные товарищества
3. Хозяйственные общества
4. Сельскохозяйственные кооперативы
5. Государственные и муниципальные унитарные предприятия
6. Сущность и значение коммерческой деятельности сельхозпроизводителей
7. Условия для осуществления предпринимательской деятельности
8. Принципы коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий
9. Сущность коммерческой деятельности по переработке сельхозпродукции
10. Значение и содержание бизнес-плана
11. Методика разработки бизнес-плана
12. Принципы составления первичного бизнес-плана
13. Текущее финансовое планирование работы предприятия
14. Комплексное планирование
15. Особенности составления бизнес-плана организации АПК
16. Факторы изменения спроса и предложения на сельхозпродукцию
17. Верхний и нижний уровень цен
18. Конкуренция на рынке сельхозтоваров
19. Колебания сельскохозяйственных цен в краткосрочном и долгосрочном периоде
20. Автоколебания цен на рынке сельхоз продуктов
21. Сущность, функции и формы кредита
22. Банковская система и банковские операции
23. Организация кредитования предприятий
24. Рынок ценных бумаг
25. Издержки производства в сельском хозяйстве
26. Себестоимость сельскохозяйственной продукции
27. Состав и классификация затрат при исчислении себестоимости продукции
28. Методика исчисления себестоимости продукции
29. Факторы снижения себестоимости продукции
30. Сущность и значение коммерческой деятельности сельхозпроизводителей
31. Условия для осуществления коммерческой деятельности в сельском хозяйстве
32. Принципы коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий.
33. Виды коммерческой деятельности в сельском хозяйстве.
34. Понятие, виды и показатели специализации сельскохозяйственного

производства.

35. Факторы роста экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

36. **Примерная тематика рефератов по дисциплине «Стратегический маркетинг»**

Конкурентный анализ: цель, компоненты анализа.

1. Этапы оценки конкурента, их характеристика.

2. Принцип построения стратегической карты рынка.

3. Виды маркетинговых стратегий и их характеристика.

4. Стратегия интенсивного роста: цель, направления, методы осуществления.

5. Стратегия интегративного роста: цель, направления, методы осуществления.

6. Стратегия роста посредством диверсификации: цель, направления, методы осуществления.

7. Портфельные стратегии: особенности, достоинства и недостатки, условия осуществления каждой стратегии.

8. Понятие и виды конкурентных стратегий.

9. Модель БКГ: характеристика, достоинства и недостатки.

10. SWOT – анализ: цель анализа, методика проведения, достоинства и недостатки.

11. Анализ управления операциями: цель анализа, области исследования.

12. Матрица Ансоффа: характеристика, достоинства, недостатки.

13. Матрица SE/McKinsey: характеристика, достоинства, недостатки.

14. Стратегический анализ: понятие, характеристика объектов анализа.

15. PEST – анализ: характеристика, достоинства и недостатки.

16. Маркетинговый контроль: понятие, виды.

17. Аудит маркетинга: понятие, цель, характеристика.

18. Цели и задачи стратегического маркетингового планирования.

19. Этапы стратегического маркетингового планирования, их характеристика.

20. Разработка миссии фирмы. Ключевые вопросы для формирования миссии.

21. Определение целей фирмы. Основные отличия миссии от целей.

22. **Тесты для текущего и промежуточного контроля обучающихся**

1. Рыночная управленческая парадигма определяет коммерческий успех

1) рациональной организацией производства продукции (услуг), развитием специализации, снижением издержек

2) решением проблемы гибкости и приспособления к изменениям, возможностью управления агрессивной средой

3) использованием в управлении теории систем и ситуационного подхода

4) увеличение доли материальных ресурсов в создании потребительной стоимости конкретного продукта

2. Стратегический маркетинг представляет собой

1) маркетинг, в основе которого лежит активный процесс с краткосрочным горизонтом планирования, направленный на уже существующие рынки

2) классический коммерческий процесс получения заданного объема продаж путем использования тактических средств, относящихся к товару, его цене, доведению товара до потребителя и его продвижению

3) активный процесс получения заданного объема продаж на основе разработки комплекса маркетинга для конкретной рыночной ситуации

4) ориентированный на анализ процесс, имеющий средне- и долгосрочный горизонты планирования и направленный на использование существующих и создание привлекательных возможностей развития предприятия

3. Этапы процесса стратегического маркетинга следующие:

1) выбор целевого рынка — макро- и микросегментация рынка предприятия – анализ

привлекательности выбранных сегментов рынка – анализ потребностей потенциальных и реальных потребителей – анализ конкурентоспособности продукта – принятие решения о выборе наиболее приемлемой маркетинговой стратегии

2) анализ потребностей потенциальных и реальных потребителей – макро- и микросегментация рынка предприятия – анализ привлекательности выбранных сегментов рынка – анализ конкурентоспособности предприятия – выявление возможных стратегических альтернатив – принятие решения о выборе наиболее приемлемой маркетинговой стратегии

3) выбор целевого рынка – составление маркетингового плана – разработка маркетингового комплекса – составление маркетингового бюджета – реализация мероприятий в области организации и контроля за выполнением маркетингового плана

4. Цели стратегического маркетинга

1) завоевание доли рынка, формирование маркетингового бюджета,

2) формирование цен на продукцию (услуги), разработка рекламной кампании

3) уточнение миссии предприятия, обеспечение сбалансированной структуры товарного портфеля

5. Обобщенными характеристиками стратегического маркетинга являются:

1) ориентация на анализ, проектирование новых возможностей, рассмотрение динамичности среды, упреждающее поведение, межфункциональная координация

2) ориентация на анализ и действия, использование существующих и проектирование новых возможностей, планирование переменных, связанных с рынком продукта, реактивное поведение

3) ориентация на действия, использование существующих возможностей, планирование переменных, не связанных с продуктом, учет стабильности среды, деятельность в пределах службы маркетинга

6. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия определяется прибыльностью и рациональностью использования производственного потенциала. Такая оценка эффективности характерна для:

- стратегического маркетинга

- оперативного маркетинга

- текущего маркетинга

7. Что является характерным для маркетологов при стратегическом маркетинговом управлении предприятием

ориентация внутрь организации производственного процесс

поиск новых возможностей в конкурентной борьбе

отслеживание и адаптация к изменениям в окружении

ориентация на максимизацию прибыли

8. Предприятие, реализующее стратегический маркетинг, планирует свою деятельность исходя из того, что:

окружение не будет изменяться

в окружении не будет происходить качественных изменений

в окружении постоянно будут происходить изменения

9. При стратегическом маркетинге планы предприятия:

1) предусматривают только конкретные действия в настоящем и будущем

2) базируются на четко известном и неизменном конечном состоянии

3) фиксируют желаемое в будущем состояние предприятия

4) позволяют предприятию реагировать на изменения в окружении

10. Миссия предприятия сформулирована следующим образом: «Предприятие функционирует с целью осуществления процесса реализации продукции (услуг) и получения дохода от ее реализации». Такая формулировка миссии характерна для:

стратегического маркетинга

оперативного маркетинга

обоих видов маркетинга

11. Миссия предприятия:

- дает конкретные указания относительно вида и сроков деятельности
- задает основные направления движения предприятия
- определяет отношение предприятия к процессам внутри и во вне его

12. Для каких целей предприятия характерна наибольшая детализация и конкретизация?

для краткосрочных

для среднесрочных

для долгосрочных

13. Стратегические маркетинговые цели предприятия должны:

- задавать общие направления функционирования предприятия на рынке
- четко и конкретно фиксировать конечное состояние
- задавать конкретные сроки выполнения
- определять ответственных за достижение определенных целей

14. Какие из следующих утверждений вы считаете верными:

- 1) существуют оптимальные для всех предприятий маркетинговые стратегии
- 2) процесс выработки маркетинговой стратегии для каждого предприятия уникален
- 3) предприятия должны использовать единые методы стратегического маркетинга
- 4) при выработке маркетинговой стратегии предприятия учитывают некоторые обобщенные принципы

15. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика товаров предприятия:

- 1) уровень специализации поставщика
- 2) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами
- 3) темпы инфляции и нормы налогообложения
- 4) все перечисленные факторы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Название модуля	компетенции
11	1. Теоретические аспекты развития стратегии	ОК-11; ОК-7
22	2. Базовые стратегии развития, выбор и пути ее реализации.	ОК-8; ОПК-2, ОПК-4, ПК-6

Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Предпосылки возникновения стратегического менеджмента
2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией
3. Миссия организации. Значение миссии в формировании цели и направления развития организации.
4. Разработка долгосрочных и краткосрочных целей.
5. Анализ внешней среды.
6. Анализ внутренней среды
7. Выбор стратегии маркетинга
8. Понятие стратегической единицы бизнеса и корпоративного портфеля
9. Матрица Бостон Консалтинг Групп «рост – доля»,
10. Матрица Дженерал Электрик «привлекательность
11. Отрасли – позиция в конкуренции»
12. Матрица жизненного цикла отрасли
13. Анализ корпоративного портфеля
14. Стратегия лидерства за счет минимизации издержек
15. Стратегия дифференциации.
16. Стратегии специализации (фокусирования, концентрации)
17. Интенсивный рост: расти в пределах базового рынка.
18. Интегративная стратегия: расти в пределах индустриальной цепочки.

19. Стратегии роста через диверсификацию
20. Стратегии лидера отрасли
21. Стратегия «бросающего вызов»
22. Стратегия «следующего за лидером»
23. Стратегии для слабого бизнеса.
24. Стратегии для фирм, действующих в новых отраслях:
25. Стратегия для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии зрелости.
26. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии спада.
27. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии спада.
28. Стратегии конкуренции на международных рынках.
29. Стратегия качества
30. Стратегии ценообразования
31. Стратегии в канале сбыта
32. Стратегии коммуникации: позиционирования, «послания», «звездная».
33. Анализ внутренней среды
34. Рекомендации, обобщающие опыт разработки стратегий прошлых лет
35. Правила выбора стратегии, заимствованные из военной истории
36. Организационные уровни разработки стратегии
37. Бюджет маркетинга

Приложение 7

Государственная итоговая аттестация

ТРЕБОВАНИЯ К ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.06-ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Итоговая государственная аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Выпускник магистратуры должен обладать следующими компетенциями общекультурные:

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);

общепрофессиональные:

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

Профессиональные:

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2);

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной

деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (проекта) определяются высшим учебным заведением. Выпускная квалификационная работа в соответствии с магистерской программой выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которому готовится магистр (торгово-технологической, организационно-управленческой, научно-исследовательской, проектной, экспертной, педагогической).

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть направлена на решение профессиональных задач.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Государственный экзамен по направлению подготовки может вводиться по решению Ученого совета вуза.

Программа государственного экзамена разрабатывается вузами самостоятельно. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.