

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»**

Протокол  
Ученого совета № 1  
от 30. 08. 2017



**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор  
Я.П. Силин

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки  
**38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль)  
**РЕКЛАМА В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Программа академического бакалавриата 2014 г. приема**

Рекомендована Ученым советом института  
менеджмента и информационных  
технологий

Председатель

Коковихин А.Ю.

№ 1 от 29. 08. 2017

Рекомендована Советом по УМВ и КО

Председатель

Рогожин С.А.

№ 1 от 30. 08. 2017

Одобрена на заседании кафедры  
маркетинга и международного  
менеджмента

Зав. кафедрой

Капустина Л.М.

№ 1 от 28. 08. 2017

Екатеринбург  
2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	
1.1 Цель основной профессиональной образовательной программы.....	3
1.2 Срок получения образования по программе бакалавриата.....	4
1.3 Объем программы бакалавриата .....	4
Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	5
2.1 Область профессиональной деятельности выпускника .....	5
2.2 Виды и задачи профессиональной деятельности выпускника .....	6
2.3 Планируемые результаты освоения ОПОП.....	8
2.4 Сведения о профессорско- преподавательском составе, необходимом для реализации основной профессиональной образовательной программы .....	11
Раздел 3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК .....	12
Раздел 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ).....	13
4.1 Программы рабочих программ дисциплин .....	13
4.2 Аннотации к рабочим программам дисциплин .....	14
Раздел 5. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК .....	14
5.1 Программа учебной практики (по получению первичных профессиональных умений и навыков).....	50
5.2 Программа производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) .....	51
5.3 Программа производственной (преддипломной) практики .....	51
Раздел 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ .....	51
6.1 Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации .....	51
6.2 Оценочные материалы для государственной итоговой аттестации.....	52
Раздел 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ .....	52
7.1 Методические рекомендации по выполнению курсовых работ.....	52
7.2 Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы.....	53
Раздел 8. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	53
Приложения.....	53

## РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки **38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Реклама в торговой деятельности»** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Федеральным Государственным образовательным учреждением высшего образования «Уральский государственный экономический университет» (далее ФГБОУ ВО УрГЭУ, университет). ОПОП разработана с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки **38.03.06 Менеджмент** (уровень бакалавриата), в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 12.11.2015 N 1334 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 03.12.2015 N 39956). Данная ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, средства и процедуры оценки качества подготовки выпускников и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий.

Образовательная деятельность по данной образовательной программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

### 1.1 ЦЕЛЬ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель программы – подготовка высококвалифицированных бакалавров для организационно-управленческой деятельности в сфере рекламы в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

**Задачи программы:** формирование компетенций и профессиональных навыков бакалавров в сфере рекламы в торговой деятельности; создание, внедрение и распространение новых образовательных технологий для обеспечения сферы торговой деятельности конкурентоспособными кадрами бакалавров в сфере рекламы; содействие распространению инновационных управленческих знаний и практик.

## 1.2 СРОК ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ПРОГРАММЕ БАКАЛАВРИАТА

Срок получения образования по программе бакалавриата: в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года; в заочной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года 6 месяцев; при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

## 1.3 ОБЪЕМ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.ед.), вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой

формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемой за один учебный год, составляет 60 з.ед. без учета факультативных дисциплин.

1 з.ед. соответствует 36 академическим часам (при продолжительности академического часа 45 минут).

Объем программы бакалавриата за один учебный год в заочной форме обучения составляет не более 75 з.ед.

Объем программы бакалавриата за один учебный по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более 75 з.ед.

## РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1 ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

**Область профессиональной деятельности бакалавров** включает осуществление следующих основных видов деятельности: Видами профессиональной деятельности выпускника являются:

**торгово-технологическая;**

**организационно-управленческая;**

**научно-исследовательская;**

**проектная.**

Выпускники, окончившие программу, получают возможность трудоустройства в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности в организациях различных организационно-правовых форм и направлений деятельности.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу, являются процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм.

## 2.2 ВИДЫ И ЗАДАЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

<b>торгово-технологическая деятельность;</b>		
1	выявление, формирование и удовлетворение потребностей;	ТТД-1
2	разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;	ТТД-2
3	организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;	ТТД-3
4	организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;	ТТД-4
5	проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;	ТТД-5
6	управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;	ТТД-6
7	проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;	ТТД-7
8	участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;	ТТД-8
9	регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;	ТТД-9
10	организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;	ТТД-10
11	участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;	ТТД-11
12	осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и по движению товаров;	ТТД-12

13	участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;	ТТД-13
14	организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;	ТТД-14
15	осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;	ТТД-15
16	участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;	ТТД-16
17	обеспечение сохранности товаров в процессе их товародвижения;	ТТД-17
18	регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;	ТТД-18
19	участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;	ТТД-19
20	соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;	ТТД-20
21	оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов).	ТТД-21
<b>организационно-управленческая деятельность:</b>		
1	сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью;	ОУД-1
2	изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;	ОУД-2
3	идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;	ОУД-3
4	составление документации в области профессиональной деятельности (рекламной) и проверка правильности ее оформления;	ОУД-4
5	соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;	ОУД-5
6	выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;	ОУД-6
7	управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;	ОУД-7
8	выбор и реализация стратегии ценообразования;	ОУД-8
9	организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров;	ОУД-9
10	обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;	ОУД-10
11	управление товарными запасами и их оптимизация;	ОУД-11

12	управление персоналом;	ОУД-12
13	анализ и оценка профессиональной деятельности (рекламной) для разработки стратегии организации (предприятия);	ОУД-13
14	организация и осуществление профессиональной деятельности (рекламной);	ОУД-14
<b>научно-исследовательская деятельность:</b>		
1	организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;	НИД-1
2	проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;	НИД-2
3	участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (рекламной);	НИД-3
<b>проектная деятельность:</b>		
1	разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области рекламы с использованием информационных технологий;	ПД-1
2	участие в реализации проектов в области рекламы	ПД-2
3	проектирование размещения торговых организаций;	ПД-3

### 2.3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Результаты освоения ОПОП определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения, опыт и личностные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП выпускник должен обладать следующими компетенциями, определенными ФГОС ВО направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, а также профессиональными дополнительными компетенциями в соответствии с направленностью (профилем) «Реклама в торговой деятельности» (табл.1)..

Протоколы согласования дополнительных профессиональных компетенций с работодателями (объединениями работодателей) представлены в приложении.

Взаимосвязь формируемых компетенций, профессиональных задач, учебных дисциплин и практик представлена в матрице компетенций. Матрица компетенций представлена в приложении.

Этапы формирования компетенций представлены в картах формирования компетенций в приложении 3.



Таблица 1 - Компетенции выпускника основной профессиональной образовательной программы

<b>Общекультурные компетенции</b>	
способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	ОК-1
способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	ОК-2
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ОК-3
способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК-4
способностью к самоорганизации и самообразованию	ОК-5
способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	ОК-6
способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-7
готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	ОК-8
владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	ОК-9
готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма	ОК-10
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-1
способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	ОПК-2
умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	ОПК-3
способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной рекламной деятельностью, применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	ОПК-4
готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (рекламной) и проверять правильность ее оформления	ОПК-5

<b>Профессиональные компетенции ПК</b>	
<b>торгово-технологическая деятельность:</b>	
способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	ПК-1
способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	ПК-2
готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	ПК-3
способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	ПК-4
<b>организационно-управленческая деятельность:</b>	
способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	ПК-5
способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	ПК-6
способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ПК-7
готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	ПК-8
готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	ПК-9
<b>научно-исследовательская деятельность:</b>	
способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	ПК-10
способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (маркетинговой, рекламной)	ПК-11
<b>проектная деятельность:</b>	
способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (маркетинговые, рекламные) с использованием информационных технологий	ПК-12
готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	ПК-13
способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	ПК-14
<b>Профессиональные дополнительные компетенции*</b>	

Способность разрабатывать проекты маркетингового исследования; находить вторичную маркетинговую информацию; разрабатывать анкеты, планы проведения фокус-группы и другие формы для сбора первичной маркетинговой информации; выполнять полевые работы; обрабатывать и анализировать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований с помощью программного комплекса SPSS, составлять отчет о результатах маркетингового исследования.	ПДК-1
Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.	ПДК-2
Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.	ПДК-3
Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта	ПДК-4

#### 2.4 СВЕДЕНИЯ О ПРОФЕССОРСКО- ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОМ СОСТАВЕ, НЕОБХОДИМОМ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях договоров гражданско-правового характера. Справка о кадровом обеспечении ОПОП представлена в приложении 4.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе бакалавриата, составляет не менее 70%.

Доля преподавателей, имеющих высшее образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе бакалавриата, составляет не менее 70 %.

Доля преподавателей числа действующих руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе, составляет не менее 10%.

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками университета и (или) лицами, привлекаемыми университетом к реализации образовательной программы на иных условиях;

- в форме самостоятельной работы обучающихся;

- в иных формах.

Учебный план содержит перечень дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в з. ед., последовательности и распределения по периодам обучения, объем контактной и самостоятельной работы обучающихся в академических часах.

Объем часов контактной работы включает в себя:

1) часы из учебного плана, отводимые на:

- лекции;

- практические (семинарские) занятия;

- лабораторные работы;

2) часы, определяемые нормами времени для расчета объема учебной нагрузки профессорско- преподавательского состава и отводимые на:

- индивидуальные и (или) групповые консультации, включая консультации перед промежуточной аттестацией в форме экзамена, интернет-консультации;

- аттестационные испытания промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой, курсовая работа (проект));

- консультации при подготовке выпускной квалификационной работы;

- текущую и промежуточную аттестации практики.

Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

В календарном учебном графике указаны периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

Учебные планы и календарные учебные графики для очной и заочной (при наличии контингента) форм обучения прилагаются.

## РАЗДЕЛ 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

### 4.1 ПРОГРАММЫ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Рабочие программы дисциплин содержат:

- цели освоения дисциплины;
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы,
- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);

– методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля);

– перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);

– описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается проведением интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, иных активных форм обучения.

Рабочие программы дисциплин представлены в приложении 6.

## 4.2 АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН

Аннотации к рабочим программам дисциплин ОПОП по направлению 38.03.06 Торговое дело направленности (профиля) «Реклама в торговой деятельности» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – аннотации к рабочим программам дисциплин ОПОП по направлению 38.03.06 Торговое дело направленности (профиля) Реклама в торговой деятельности».

### **ИСТОРИЯ**

Цель освоения учебной дисциплины - формирование у студентов компетенций, включающих целостное представление об историческом пути России, понимание закономерностей и особенностей истории России с древнейших времен и до наших дней в контексте всемирной и европейской истории, приобщение студентов к социальному опыту, духовным, нравственным, культурным ценностям предшествующих поколений россиян.

Задачи:

- развитие аналитического мышления, широкого кругозора;
- приобретение начальных знаний по историко-культурной специфике других государств.
- развитие личности.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих

компетенций:

- умением анализировать и оценивать исторические события и процессы способностью занимать активную гражданскую позицию способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы

### **ФИЛОСОФИЯ**

Цель освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на формирование мировоззренческой, методологической культуры бакалавра.

Задачи:

- освоение основных понятий философии, структуры современного философского знания, методов философии, основных концепций философских, религиозных и научных картин мира, сущности, назначения и смысла жизни человека, соотношения истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенности функционирования знания в современном обществе,
- овладение навыками логического мышления, категориальным аппаратом, методологией философии, свободное ориентирование в проблемном поле философии, знания об основных философских концепциях и направлениях.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- знанием базовые ценности мировой культуры и готов опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии
- знанием и понимает законы развития природы, общества и мышления и умеет оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности
- способностью занимать активную гражданскую позицию
- умением анализировать и оценивать исторические события и процессы
- владением культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- способностью логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.

### **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

Цель освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на овладение навыками разговорного и письменного иностранного языка в сфере межкультурной коммуникации, используя основные средства информационных технологий.

Задачи:

- освоить лексико-грамматический материал в объеме программы учебной дисциплины;
- научиться логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке в различных сферах коммуникации, работать с компьютером как средством управления информацией на иностранном языке, понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества;
- овладеть иностранным языком на уровне не ниже разговорного, основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации на иностранном языке.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- знанием лексики, фонетики и грамматики изучаемого языка, различных типов чтения страноведческой, общеэкономической и специальной литературы
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и - выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ**

**Цель учебного курса** - формирование у студентов экономического образа мышления, позволяющего анализировать деятельность субъектов микроэкономики.

**Задачи курса:**

- познание экономических категорий, принципов, законов; анализ различных экономических теорий и моделей;
- овладение методами микро- и макроэкономического исследования; умение применять теоретические знания для объяснения реальных микро- и макроэкономических процессов и принятия практических решений.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- знание основных понятий микро- и макроэкономики, методы микро- и макроэкономического анализа, отличительных признаков различных моделей рынка, экономические показатели, характеризующие деятельность экономических субъектов, принципы экономического поведения фирм на товарных и ресурсных рынках, условия общего рыночного равновесия и особенности реальной экономики;
- умение анализировать спрос, предложение и экономическое равновесие на реальных рынках, определять оптимальный потребительский выбор,
- умение анализировать динамику дохода, издержек и прибыли фирмы, определять оптимальный объем производства фирмы и цену в различных рыночных условиях, анализировать ресурсные рынки, исследовать динамику заработной платы, ренты, процента и прибыли;
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет, преподавать экономические дисциплины в образовательных учреждениях различного уровня, используя существующие программы и учебно-методические материалы.

### **РУССКИЙ ЯЗЫК**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на совершенствование языковой компетенции студента.

**Задачи:**

- научиться успешно решать важнейшие коммуникативные задачи как в профессиональной деятельности, так и в повседневной речевой практике.
- освоить основные понятия лингвистики, рассмотреть языковую норму, осмыслить ее роль в становлении и функционировании литературного языка, нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи, стилистическом расстройстве современного русского языка, изучить функциональные стили литературного языка;
- овладеть умением различать тексты по их принадлежности к стилям, анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности;
- овладеть навыками создания текстов научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов, навыки подготовки к



ораторскому выступлению.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владеет культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказыванию
- Готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способность проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину

### **МАТЕМАТИКА**

**Цель** освоения учебной дисциплины - освоение важнейших математических понятий и методов, направленное на развитие логического мышления, необходимого для изучения профессиональных дисциплин и на развитие способностей строить математические модели принятия решений.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- владением методами количественного анализа и моделирования, теоритического и экспериментального исследования

### **ИНФОРМАТИКА**

**Цель** освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на создание у студентов целостного представления об информации, информационных процессах, информационных системах и технологиях обработки данных, о роли информатики и месте информатики в современном обществе; раскрытие возможности информационного подхода к исследованию социально-экономических систем; формирование базового уровня владения стандартными технологиями обработки и анализа данных в управлении и принятии решений, определенного уровня культуры в информационной деятельности.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- имеет представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний
- имеет представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией

### **ЭКОЛОГИЯ**

**Цель** дисциплины - изучение студентами общих принципов рационального (для данного исторического момента) использования природных ресурсов человеческим обществом, а также характера антропогенных воздействий на природу и их последствий.

**Задачи:**

- знать базисные понятия и принципы экономики природопользования, структуру и ступени формирования механизма управления природопользованием, формы организации и основные инструменты корпоративного экологического менеджмента, законы развития природы,

общества и мышления и уметь оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности, базовые ценности мировой культуры и быть готовым опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;

- уметь применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по качеству и качеству;

- владеть методами принятия экологически обоснованных решений в условиях рыночной экономики, опытом обоснования природоохранных инвестиционных проектов и применения основных, включенных в серии международных стандартов, инструментов экологического менеджмента, основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

- способностью применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умением реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды

### **ЭКОНОМИКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Цель дисциплины - выработка практических навыков ведения экономической работы на коммерческом предприятии, освоение основного экономического инструментария, приобретение знаний и умений в области экономической оптимизации деятельности предприятия

Задачи:

Знать:

- функции и задачи предприятий в условиях конкуренции;

- признаки и организационно-правовые формы предприятий, движущие мотивы развития их экономики;

- экономический механизм функционирования предприятий;

- экономическое содержание показателей хозяйственно-финансовой деятельности предприятий;

- порядок формирования и методы управления ресурсами и затратами.

Уметь:

- использовать хозяйственный механизм для повышения эффективности деятельности предприятий;

- проводить анализ состояния предприятия с использованием соответствующих методов обработки информации, выявлять тенденции изменения показателей и проблемы, требующие решения или совершенствования;

- разрабатывать прогнозные расчеты развития хозяйственно-финансовой деятельности предприятий;

- производить экономическое обоснование показателей хозяйственно-финансовой деятельности предприятий, намечать меры по достижению плановых показателей;

- выявлять резервы и пути укрепления экономического положения предприятий;

- анализировать рабочее время с целью улучшения его использования;

- определять социально – экономическую эффективность мероприятий по организации труда;

- применять на практике нормативные, законодательные и регулирующие правовые документы по труду.

Владеть:

- навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности;

- навыками анализа и планирования основных экономических показателей;
- навыками организации и управления товарными запасами;
- методами оценки состояния технико – технологических, организационных и социально – экономических факторов повышения производительности труда, улучшения использования трудового потенциала и определения трудовых показателей.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

### **СТАТИСТИКА**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на выработку практических навыков по сбору, обработке, анализу и интерпретации используемых статистических данных. Расчетно-экономическая деятельность: подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов.

**Задачи:**

- знать основные методы статистического исследования экономических отношений, технику расчета экономических показателей;
- уметь пользоваться основными приемами и методами сбора и обработки массивов экономико-статистической информации, обобщать результаты статистических исследований для разработки и обоснования адекватных управленческих решений;
- владеть и демонстрировать полученные теоретические знания и практические навыки в самостоятельной работе, умение проведения статистических исследований по оценке состояния и эффективности использования экономико-статистической информации.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

### **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ**

**Цель освоения учебной дисциплины** в части бухгалтерского учета - формирование компетенций, направленных на понимание теоретических аспектов и практической стороны правил составления отчетности и ведения учета в соответствии с действующим законодательством в области бухгалтерского учета.

**Цель освоения учебной дисциплины** в части анализа хозяйственной деятельности -получение системного представления о комплексном подходе к оценке хозяйственной деятельности современного коммерческого предприятия, о методах аналитического обоснования управленческих решений.

**Задачи:**

- формирование глубокого понимания экономической сущности и методики исчисления показателей, комплексно характеризующих хозяйственную деятельность, взаимной связи между этими показателями и определяющими их факторами; выработка способности формировать информационную базу для решения задач комплексного анализа хозяйственной деятельности;

- развитие навыков адекватного выбора специальных приемов и методов анализа, осуществления аналитических процедур и проведения самостоятельных аналитических исследований; развитие навыков формирования выводов по результатам проведенного анализа, составления аналитических заключений и разработки рекомендаций по мобилизации выявленных резервов и повышению эффективности хозяйственной деятельности.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

### **МАРКЕТИНГ**

**Цель освоения учебной дисциплины** -

углубить теоретические знания и приобрести практические навыки управления маркетинговой деятельностью на предприятиях различных сфер экономики.

**Задачи курса:**

-формирование системного представления о роли и особенностях маркетинга, о возможности использования маркетинговых инструментов для обеспечения конкурентоспособности предприятий, роста благосостояния общества и гармонично развитой личности студента.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельности
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

### **КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на ознакомление с различными видами, формами и методами организации и осуществления коммерческой деятельности в условиях рыночной экономики.

**Задачи:**

- знать информационно-методическое обеспечение коммерческой деятельности, методы исследования, анализа и прогнозирования товарных рынков и товарного ассортимента, технологию формирования товарного ассортимента и способы ее оптимизации, процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли-продажи, порядок оформления заказов и расчетов с

поставщиками, методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки, нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг, виды товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления, формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема, торгово-технологические процессы в коммерческой деятельности, особенности их организации и управления, организационную структуру предприятия, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;

- уметь создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности, формировать товарный ассортимент, организовать работу с поставщиками и покупателями, организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров, управлять товарными запасами, применять методы стимулирования сбыта (продажи), анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность;

- владеть навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности, навыками проведения коммерческих переговоров

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

## **СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ, ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ**

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на понимание теоретических основ и практического применения метрологии, стандартизации и подтверждения соответствия как инструментов управления в области обеспечения качества продукции, процессов, работ, услуг в производственной и коммерческой деятельности

**Задачи:**

- основные понятия метрологии и стандартизации, подтверждения соответствия, основы классификации методов и средств измерений, понятие и назначение метрологических характеристик, структуру Государственной метрологической службы РФ и задачи ее подразделений

требования нормативно-технической документации к качеству товаров

требования к товару при проведении сертификационных испытаний

Уметь:

применять принципы стандартизации и обеспечения единства измерений в деятельности по контролю качества товаров и услуг

применять принципы подтверждения соответствия для обеспечения требуемого уровня качества товаров и услуг

Владеть

способностью осуществлять процессы оценки, контроля и управления качеством товаров и услуг с использованием принципов и методов стандартизации, метрологии и подтверждения

соответствия

способностью ориентироваться в нормативно-технической документации и способах получения информации технического контроля

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - усвоение теоретических положений о товарах, приобретение первичных умений применять отдельные методы товароведения и определять основополагающие характеристики товаров.

**Задачи:**

- формирование у студентов фундаментальных товароведных знаний и умений, при наличии которых облегчается усвоение товароведных характеристик товаров однородных групп.
- определены и классифицированы наиболее распространенные методы товароведения, установлены и охарактеризованы основополагающие товароведные характеристики товаров, а также физические, химические и физико-химические свойства, обуславливающие их, рассмотрены факторы, обеспечивающие формирование и сохранение основополагающих характеристик товаров.
- умение рационально осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом ассортиментных, количественных и качественных характеристик товаров.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
- способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу товаров, управлять товарными запасами

### **ЛОГИСТИКА**

**Цель освоения учебной дисциплины** - освоение знаний и приобретение умений, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- знать цели, задачи, объект и предмет логистики, специфику логистического подхода к управлению товародвижением, концепции, функции и методы логистики, принципы построения логистических систем, контроль и управление в логистике, задачи логистики в области закупок, транспортировки, складирования и распределения, системы управления запасами, особенности логистики в торговле, принципы построения информационных систем и современные технологии управления информационными потоками в логистике;
- уметь моделировать элементы логистических систем; выбирать наиболее рациональные способы и схемы товародвижения в логистических цепях, управлять логистическими процессами компании, проектировать системы управления материальными запасами, решать задачи по оптимизации логистических затрат;
- владеть методологией эффективного функционирования материалопроводящих систем в условиях рынка; аналитическими методами для оценки эффективности логистической деятельности, методами и средствами повышения конкурентоспособности фирм за счет

создания логистической системы управления материальными, информационными и финансовыми потоками, обеспечивающей высокое качество поставки товара.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу товаров, управлять товарными запасами
- готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

## **МЕНЕДЖМЕНТ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - ознакомление обучающихся с теоретическими и практическими основами современного менеджмента и формирование у них навыков управленческой деятельности.

**Задачи:**

- знать роль и значение менеджмента в обеспечении эффективности деятельности организации, методы управления современной организацией, задачи, роли и функции менеджера в современной организации, стили управления организацией, типы организационных структур управления, основные принципы их проектирования и применения, виды управленческих решений и методы их принятия и реализации, принципы развития и закономерности функционирования организации, основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- уметь ставить цели и задачи, связанные с реализацией управленческих функций, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач, применять способы и приемы осуществления управленческих воздействий и оценивать их эффективность;
- владеть способами реализации основных управленческих методов, функций и стилей управления, современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации в целях достижения поставленных целей и повышения эффективности организационной деятельности.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельности
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные

логистические системы

готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

### **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев

### **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - изучение особенностей индустрии рекламы на российском и зарубежных рынках, основных тенденций в практическом рекламном менеджменте, анализ мирового практического опыта и формирование практических знаний в области разработки, внедрения и оценки эффективности рекламных кампаний, соответствующих современным мировым требованиям.

**Задачи:**

- знать суть и основные формы рекламной деятельности: особенности видов рекламной деятельности; основные понятия медиапланирования в рекламной деятельности; основные проблемы, связанные с определением эффективности рекламной деятельности
- уметь осуществлять выбор статистических данных о рекламных носителях, субъектах рекламной деятельности на основе специализированных публикаций по различным сферам международной рекламной деятельности; использовать систему знаний о видах и направлениях развития современной рекламной деятельности для формирования маркетинговых планов в различных условиях бюджетирования; анализировать состояние современной рекламной индустрии для принятия соответствующих управленческих решений
- демонстрировать понимание основных понятий рекламной деятельности; принципы, методы и инструменты рекламной деятельности;

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности



- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по организации технологии торговых процессов в тесной увязке с функционированием и организацией материально-технической базы и коммерческой деятельностью торговых предприятий, а также знакомство с основными инструментами осуществления проектирования как одного их звеньев в осуществлении капитального строительства в сфере торговли.

**Задачи дисциплины:**

- дать теоретические знания в области современных методов организации торговых процессов в розничных и оптовых предприятиях, предприятиях сферы услуг,
- сформировать знания и практические навыки в области организации обслуживания покупателей на предприятиях, научить методам проектирования и моделирования основных, вспомогательных и обслуживающих процессов на предприятиях.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности

### **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на приобретение практических навыков применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности; навыков в управлении движения товарных, денежных и информационных потоков; навыков управления современным бизнесом; умения практического применения современных технологий прогнозирования; умения принимать эффективные решения в рамках стратегического и оперативного управления деятельностью предприятия.

**Задачи:**

- знать основные информационные технологии применяемые в профессиональной деятельности, системы управления базами данных, современные архитектуры хранилищ данных, OLAP – технологии для решения бизнес - задач, интеллектуальные технологии в сфере бизнеса, методы и модели прогнозирования товарных рынков, основы компьютерного моделирования бизнес-процессов, методы и технологии моделирования транспортных сетей;
- создавать базы данных, проектировать и практически реализовывать хранилища данных применительно к задачам бизнеса, выполнять OLAP-анализ данных содержащихся в хранилищах данных, применять современные информационные технологии для решения задач бизнеса, практически применять интеллектуальный анализ данных при анализе различных бизнес-процессов, выполнять нейросетевой прогноз временных рядов, создавать компьютерные модели бизнес-процессов стратегического уровня в парадигме системной динамики, создавать процессные модели в дискретно-событийной парадигме тактического уровня, создавать компьютерные модели в парадигме мультиагентного подхода;
- владеть навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации, техникой применения информационных технологий при решении задач бизнеса, навыками развернутой трактовки полученных при решении задач результатов и их использования в практической деятельности.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для обеспечения безопасной деятельности человека во всех сферах его обитания.

**Задачи:**

- знать основы безопасности жизнедеятельности, средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости технических средств и технологических процессов;
- уметь проводить контроль параметров воздуха, шума, вибрации, электромагнитных, тепловых излучений и уровня негативных воздействий на их соответствие к нормативным требованиям;

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
- способностью вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев

### **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**

**Целью освоения учебной дисциплины** является формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для овладения самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья способных обеспечить полноценную социальную и профессиональную деятельность индивида.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующей компетенции:

- приверженность этическим ценностям и здоровому образу жизни

### **ПОЛИТОЛОГИЯ**

**Целью освоения дисциплины** является формирование у студентов целостного представления о политической науке, компетенций, направленных на развитие политической культуры и повышение уровня гуманитарной подготовки, способности к самостоятельному анализу и осмыслению политических явлений и процессов на основе овладения знаниями, отражающими предметное поле политической науки.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующей компетенции:

способность к самоорганизации и самообразованию

способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности

### **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование коммуникативной языковой компетенции, состоящей из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов, и ее реализация в различных видах речевой деятельности, как в устной, так и письменной форме.

**Задачи:**

- знать лексико-грамматический материал в объеме программы учебной дисциплины, терминологию профессионального общения по указанному профилю, различные функциональные стили и жанры письменной и устной речи на иностранном языке, теоретические основы перевода специальной литературы с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык, регистры общения (официальный, формальный, нейтральный), типы, стили и стратегии переговоров;

- владеть навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке, навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии на иностранном языке; навыками литературной и деловой письменной и устной речи на иностранном языке, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; методологией экономического исследования; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками работы с компьютером как средством управления информацией, навыками представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзор, аналитического отчета, статьи.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование глубоких теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований по методам изучения и прогнозирования рыночных процессов и явлений, получения выводов, необходимых для принятия управленческих решений и разработки соответствующих мероприятий.

**Задачи дисциплины:**

- понимание важности и значения маркетинговых исследований в деятельности предприятий;
- овладение практическими навыками сбора и обработки и представления информации;
- использование современных компьютерных технологий;
- умение принимать необходимые маркетинговые (управленческие) решения на основе результатов маркетинговых исследований

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

Готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Способностью проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности

Способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

Готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### СОЦИОЛОГИЯ

Дисциплина **«Социология»** раскрывает проблемы современного общества, характеризует социальный контекст профессиональной деятельности специалиста. Закладывает основы мировоззрения личности. Знание по социологии особенно необходимы тем студентам, чья профессиональная деятельность будет связана людьми, с исследованиями в сфере маркетинга.

**Цель курса** – изучение закономерностей функционирования и развития общества, социальных институтов, личности, взаимодействия общества и личности.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности
- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы
- способностью применять методы анализа изучаемых явлений, процессов и проектных решений

### РЕКЛАМА В ТОРГОВЛЕ

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на успешное осуществление рекламной деятельности торгового предприятия, а также знакомство студентов с основами теории и практики бренд-менеджмента, дать представление о современных тенденциях развития российского и западного брендинга. **Задачи:**

- знать специфику продвижения торгового предприятия, основные средства рекламы и их особенности, основных участников рекламного процесса и принципы взаимодействия с ними, историю возникновения и развития феномена бренда, современные российские и зарубежные тенденции развития брендинга, правовые аспекты брендинга, основные этапы и приемы разработки эффективного бренда, стратегические принципы формирования и управления брендовым портфелем, специфику формирования коммуникационного комплекса бренда;

- уметь разрабатывать, осуществлять и оценивать рекламные акции и кампании, проводимые организацией, составлять рекламные сообщения и реализовывать проекты в области торговой рекламы, проводить текущий аудит бренда, формировать оптимальный комплекс бренд-коммуникаций;

- владеть навыками сбора и анализа информации в отношении рекламной деятельности компании, навыками работы с документацией в области рекламной деятельности и быть в состоянии проверить правильность ее оформления, навыками разработки брендоспособной марки, навыки оценки брендоспособности бренд-проекта, разработанного внешними подрядчиками.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в

области профессиональной деятельности

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИЙ И ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по подготовке презентаций и публичных выступлений, а также проведению деловых переговоров для эффективной деятельности в качестве специалиста по рекламе в торговой деятельности.

**Задачи:**

знать

- основные законы и правила подготовки публичных выступлений;
- основы аргументации;
- закономерности использования риторических приёмов в публичных выступлениях;
- принципы построения публичных выступлений;
- особенности невербальных коммуникаций;

уметь

- устанавливать и поддерживать речевой контакт;
- составлять и реализовывать план публичного выступления;
- строить речь, руководствуясь правилами эффективного общения;
- аргументировано излагать точку зрения;
- эффективно использовать выразительные средства языка в публичных выступлениях;
- грамотно произносить речь с точки зрения её звукового оформления;
- планировать и проводить деловые переговоры

владеть

- навыки поиска, сбора, систематизации и использования информации;
- навыки публичных выступлений;

умение подготовки презентаций и переговоров, а также раздаточного и наглядного материала к ним

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций

Владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способен

свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке,

навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессии

способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

### **КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ**

Целью освоения дисциплины «Концепции современного естествознания» является формирование компетенций, направленных на развитие научного мировоззрения, представления о современной картине мира, приобретение фундаментальных знаний и овладение основными приемами и методами познавательной деятельности как основой будущей профессиональной деятельности

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций

владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

### **КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА**

**Цель изучения дисциплины** - знакомство с основными инструментами построения и

редактирования изображения в векторной и растровой графике.

**Задачи:**

- знать классификацию инструментов, используемых в векторных графических пакетах, принципы формирования векторного изображения, принципы формирования растрового изображения, правила обработки и подготовки изображений для публикации в электронных и бумажных изданиях, основы композиции;
- уметь создавать и обрабатывать растровые изображения, создавать и обрабатывать векторные графические изображения, производить пакетную обработку и автоматизацию рутинных операций.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

**ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Цель освоения учебной дисциплины - формирование понимания закономерностей и тенденций развития рекламной деятельности, знаний, компетенций и профессиональных навыков бакалавров профиля «Реклама в торговой деятельности».

**Задачи курса:**

- изучить: тенденции развития рекламного рынка и динамику спроса на специалистов по рекламе, известных рекламистов мира и их вклад в развитие рекламного бизнеса, основные понятия маркетинга и рекламы, базовые концепции рекламной деятельности, основные виды рекламирования товаров и услуг.
- сформировать навыки работы с учебной, периодической и методической литературой по специальности Реклама, навыки письменного, устного и электронного представления результатов
- овладеть базовой терминологией по рекламной деятельности, краткой методикой разработки рекламного лозунга.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Цель изучения дисциплины - формирование у слушателей знаний и навыков использования маркетинговых PR- инструментов для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке в настоящее время и в стратегической перспективе.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание вызовов, с которыми сталкивается компания в условиях информатизации рынков; выявить особенности конкуренции в постиндустриальной экономике;
- раскрыть сущность и этапы осуществления маркетинговой PR деятельности в организации;

сформировать навыки разработки и реализации маркетинговых PR-программ компании в условиях неопределенности и высоких темпов изменений во внешней среде.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ИСКУССТВО**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на владение культурой мышления; способностью к обобщению, анализу; готовности к уважительному и бережному отношению к историческому наследию и культурным традициям; толерантности восприятия социальных и культурных различий; осознания значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; способности применять и использовать полученные знания в области теории и истории искусства и дизайна в собственной научно-исследовательской деятельности.

**Задачи:**

- выявить логику истории художественного развития человечества через знакомство с выдающимися достижениями культуры;
- показать специфику различных этапов становления систем художественно-образного видения мира в различные историко-культурные эпохи; дать студентам общее представление о месте изобразительного искусства в целостной системе мировой культуры;
- развить навыки восприятия произведения искусства; знакомство с классическими произведениями изобразительного искусства, способствовать усвоению специальных знаний, необходимых для профессионального исследования и пропаганды искусства.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и- выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

### **ОСНОВЫ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ТОВАРАМИ**

Целью изучения учебной дисциплины «Основы торговли потребительскими товарами» является формирование и развитие компетенций, направленных на получение знаний, в том числе самостоятельно, о месте, роли потребительского рынка в современных условиях. Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации. Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери в условиях.

### **ЛИТЕРАТУРА**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на приобщение студентов к мировому литературному наследию, развитие способности эстетического восприятия и оценки явлений литературы и отображенной в ней действительности.

**Задачи:**

- знать основные понятия и категории курса, историю развития мировой (зарубежной и отечественной) литературы, общее и особенное в различных национальных литературных традициях, наиболее яркие произведения литературы на каждом историческом этапе – от древности до современности;
- уметь характеризовать наиболее яркие произведения литературы на каждом историческом этапе – от древности до современности, соотносить изученное произведение с литературным направлением той или иной эпохи (классицизмом, романтизмом, реализмом, модернизмом и т. д.), называть основные черты этих направлений, использовать при анализе художественного произведения приемы историко-генезисного, структурного, историко-функционального и др. видов анализа;
- освоить навыки анализа критической и научной литературы по творчеству ведущих писателей того или иного периода истории мировой словесности.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- Владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения  
Умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
- Готов к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
- Способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- Способен работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным.
- Осознает сущность и значение информации в развитии современного общества; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.
- Способен свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и устной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний.
- Способен анализировать исторические факты, философские проблемы

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Цель освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на реализацию системного подхода к разработке и производству рекламного продукта, овладение принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и полиграфическими технологиями производства рекламного продукта.

**Задачи**

- Изучить основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта;- модели восприятия рекламных обращений и основы психологии потребителя и возможности их применения для разработки эффективной рекламы; основные технологические процессы в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации; основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции;
- Научиться использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы; составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения; оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи; оценивать качество рекламной полиграфической продукции.
- Овладеть базовыми навыками организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы; технологиями разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением



критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **МАРКЕТИНГ ПРОДАЖ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - изучение теоретических аспектов в области управления продажами и повышения конкурентоспособности предприятий с помощью инструментов маркетинга

**Задачи:**

- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области организации процесса продажи,
- анализа влияния основных инструментов маркетинга на повышение эффективности продаж, планирования и прогнозирования продаж,
- изучение и возможность практического применения современных маркетинговых методов повышения эффективности продаж

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
  - стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
  - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
  - способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
  - способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу товаров, управлять товарными запасами
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - ознакомление студентов с основами теории и практики бренд-менеджмента, и формирование представления о современных тенденциях развития российского и западного брендинга.

**Задачи:**

- Изучить историю возникновения и развития феномена бренда; современные российские и зарубежные тенденции развития брендинга; правовые аспекты брендинга, основные этапы и приемы разработки эффективного бренда; стратегические принципы формирования и управления брендовым портфелем; специфику формирования коммуникационного комплекса бренда;

- Научится проводить текущий аудит бренда; формировать оптимальный комплекс бренд-коммуникаций.

- Овладеть навыками разработки брендоспособной марки; навыки оценки брендоспособности бренд-проекта, разработанного внешними подрядчиками.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

#### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

#### **ВТЛ-ТЕХНОЛОГИИ**

**Цель** освоения учебной дисциплины - знакомство с основными инструментами рынка ВТЛ и с методами планирования, организации и оценки эффективности мероприятий непрямо́й рекламы, а также изучение и анализ особенностей процесса создания и реализации ВТЛ-технологий в комплексе маркетинговых коммуникаций.

**Задачи:**

- знать содержание процесса ВТЛ - акций и его составляющие; основополагающие понятия, термины и категории ВТЛ – технологий.

- уметь использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса рекламной коммуникации; оценивать отбор ВТЛ - инструментов;

организовывать ВТЛ - акции и выполнить оценку его эффективности

- демонстрировать понимание механизмов организации ВТЛ-мероприятий в рекламе; целостное представление об организационных формах ВТЛ-проектах

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности

### **МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - знакомство с основными инструментами рынка медиа-носителей и с методами планирования, организации и оценки эффективности мероприятий по медиапланированию, с особенностями процесса создания и реализации медиаплана в комплексе маркетинговых коммуникаций.

**Задачи:**

- знать содержание коммуникативного процесса и его составляющие; основополагающие - понятия, термины и категории медиапланирования
- уметь использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса рекламной коммуникации; оценивать отбор носителей рекламы; составлять медиаплан и выполнить оценку его эффективности.
- продемонстрировать основные понятия медиапланирования; принципы, методы изучения данных для медиапланирования; принципы, методы и приемы разработки, оптимизации и анализа реализованного медиаплана.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ТЕОРИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Целью освоения дисциплины является - является ознакомление студентов с ведущими теоретическими направлениями исследований в области массовой коммуникации, формирование представления об истории развития основных научных направлений исследования массовой коммуникации. Курс нацелен на формирование фундаментальных теоретических знаний студентов в области массовой коммуникации и реализацию их аналитических компетенций.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

### **КОПИРАЙТИНГ И НЕЙМИНГ**

**Цель** освоения учебной дисциплины - овладение технологией креативной и аналитической деятельности в области рекламы и PR.

**Задачи:**

- формирование умений и навыков анализа современного состояния мирового и отечественного рынка рекламы, его перспективных направлений и проблем развития;
- изучение специфики построения разных видов и жанров рекламных и PR-текстов;
- поуровневое описание характерных языковых черт рекламных текстов;
- формирование представления о стратегиях создания рекламных наименований – имен брендов;
- усвоение приемов творческого генерирования идей и воплощения их в рекламных и PR-текстах с учетом национально-культурной и языковой специфики аудитории.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

**ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**Цель** освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на формирование у слушателей знаний и навыков использования факторов и моделей поведения потребителей для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке.

**Задачи:**

- знать содержание внутренних и внешних факторов поведения потребителей, этапы принятия потребительского решения, особенности покупательского поведения организаций, сущность консьюмеризма;
- уметь осуществлять разработку и реализацию стратегических и тактических маркетинговых действий на каждом этапе принятия потребительского решения с учетом влияния внутренних и внешних факторов поведения потребителей;
- владеть экономическими методами анализа поведения.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

**КОММЕРЧЕСКОЕ ПРАВО**

**Цель** освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на формирование у студентов знаний о коммерческом праве как разделе правоведения, знакомство студентов с законодательными и нормативными документами в области коммерческого права,

понимание роли коммерческой деятельности в обеспечении жизненных интересов общества, нормального функционирования хозяйственного механизма, развитие навыков работы с нормативно-правовыми актами, регулирующими отношения в коммерческой деятельности, повышение общей и правовой культуры, приобретение студентами юридически рационального мышления, развитие личности, формирование правосознания, внутренней убежденности в необходимости соблюдения норм права, воспитание дисциплинированности, уважения к правам и свободам участников потребительских отношений.

Задачи:

- знать основные понятия, категории и институты коммерческого права, их содержание, основные правовые акты, особенности правовых форм организации товарного рынка, коммерческих (торговых) договоров, споров и путей их разрешения, ориентироваться в современных источниках коммерческого права, определять их взаимосвязь, государственный контроль за соблюдением правил коммерческой деятельности, защиту от неправомерных действий контролирующих органов;
- уметь оперировать основными понятиями и категориями коммерческого права, толковать и применять законы и другие нормативные правовые акты, регулирующие коммерческую деятельность, принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом, составлять правовые документы, в том числе претензии, иски, заявления;
- владеть навыками работы с нормативно-правовыми актами в сфере коммерческой деятельности, пользования компьютерными программами и базами данных, в том числе с помощью локальных и глобальных сетей.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным;
- способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО**

Целью освоения дисциплины «Предпринимательское право» является изучение основ законодательства в сфере предпринимательских отношений, в частности таких элементов механизма правового регулирования предпринимательской деятельности как право на ее осуществление и порядок его реализации, правосубъектность в хозяйственном обороте, защита прав потребителей, порядок разрешения споров в сфере предпринимательских отношений, ответственность предпринимателей, основные виды предпринимательских договоров, что обеспечивает способность студентов принимать правомерные решения в процессе экономической деятельности

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности

### **ТОВАРОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

Целью освоения дисциплины «Товароведение потребительских товаров» является получение студентами основных научно-практических знаний в области

- товароведения и экспертизы товаров, необходимых для решения задач обеспечения безопасности и качества продукции (услуг) при организации процессов, связанных с куплей-продажей, обменом и продвижением товаров от производителей к потребителям с целью удовлетворения спроса вероятных покупателей.

- законодательного и нормативного обеспечения разработки, производства, испытаний, реализации, эксплуатации и утилизации продукции;

- планирования и выполнения работ по стандартизации и сертификации товаров и процессов разработки и внедрения систем управления качеством;

- использования современных информационных технологий при проектировании и применении средств и технологий управления качеством и безопасностью продовольственных и непродовольственных товаров.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации

Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество,

обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно

осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и

качеству

### **КОНСАЛТИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у слушателей теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений, связанных с закономерностями формирования и методами консалтинга потребительских товаров, приобретение умений их использования при осуществлении профессиональной деятельности, обеспечение достижения результатов освоения программы формирования необходимых компетенций

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации

Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество,

обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно

осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и

качеству

### **ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Цель курса** - сформировать системное представление о базовых психологических закономерностях, определяющих рекламную деятельность, в контексте общей, дифференциальной, организационной психологии и теории решений, на уровне данных и методического научного инструментария, а также сформировать представление о возможностях использования данных психологии в рекламной деятельности.

**Задачи:**

Знать:

- основные теоретические подходы к изучению рекламы в психологии;
- основные понятия и категории психологии рекламной деятельности;
- развитие проблем рекламных коммуникаций в современной психологии;
- особенности использования эмпирических методов психологического анализа рекламных коммуникаций.

Уметь:

- применять методики, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках рекламы и ее потребителей;

- описывать психические процессы в условиях рекламной коммуникации
  - идентифицировать и анализировать методы психологического воздействия в рекламе;
- Владеть/быть в состоянии продемонстрировать:
- навыки коммуникативного, сравнительно-исторического, семиотического, психологического анализа рекламы;
  - навыки разработки программы исследования и конструирования инструментария;
  - различия особенности организации рекламного воздействия на потребителей с разным типом и уровнем мотивации;
  - возможности и барьеры для эффективной работы рекламиста.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, способен наметить пути и выбрать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

### **КОНФЛИКТОЛОГИЯ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - овладение теорией и практикой управления конфликтами.

**Задачи:**

- знать основные понятия и основные теоретические концепты, методы конфликтологии, методы анализа, стратегии решения и способы управления конфликтами;
- уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков, работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами, находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность;
- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, готовностью кооперации с коллегами, работе в коллективе, критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным;
- способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
  - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных

### **ЛОГИКА**

Целью освоения дисциплины «Логика» является формирование компетенций, направленных на развитие культуры мышления студентов, формирование четкости, последовательности и доказательности рассуждений

Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным;
- способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

### **КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

**Цель** освоения учебной дисциплины - формирование компетенций, направленных на развитие гармоничной личности студента, его общей культуры и эрудиции, воспитание общечеловеческих и национальных духовных ценностей.

**Задачи:**

- Знать основные понятия культурологии, структуру современного культурологического знания, методы культурологических исследований, тенденции культурной универсализации в современном мировом процессе, формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, закономерности их функционирования и развития, знать историю культуры России, ее место в системе мировой культуры и цивилизации, основные культурологические теории, язык и символы культуры, основные культурные коды;
- Уметь объяснить феномен культуры, ее роль в человеческой жизнедеятельности, иметь представление о способах приобретения, хранения и передачи социального опыта, базисных ценностей культуры, оценивать достижения культуры на основе знания исторического контекста их создания, быть способным к диалогу как способу отношения к культуре и обществу, приобрести опыт освоения культуры (республики, края, области), сопоставлять картины и образы мира, свойственные разным историческим эпохам и типам культур, выявлять смысловые доминанты художественной культуры различных исторических эпох, раскрыть специфику художественного миропонимания и мироощущения в искусстве разных эпох;
- овладеть способностью самоопределения в отношении к общечеловеческим ценностям, воплощенным в памятниках культуры, способность «читать» смысл, заключенный в произведениях искусства, толерантность в отношении различных культур, практическими навыками преодоления «культурного шока» в ситуации адаптации к «чужим» культурам.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным;
- способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением



критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков

### **МАТЕМАТИКА ФИНАНСОВЫХ ОПЕРАЦИЙ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на формирование знания теоретических и практических основ в области информационно-аналитической финансовой деятельности, освоение финансовой отчетности, способов оценки инвестиционных проектов, развитие умений использовать математические основы финансовых операций в различных финансовых инструментах и техниках финансового планирования и прогнозирования.

**Задачи:**

- знать способы измерения конечных финансовых результатов операции (сделки, контракта) для каждой из участвующих сторон, способы измерения зависимости конечных результатов финансовых операции от основных ее параметров, способы определения допустимых критических значений этих параметров и расчет параметров эквивалентного (безубыточного) изменения первоначальных условий операций;
- уметь разрабатывать планы выполнения финансовых операций, в том числе погашения задолженности, сравнивать и выбирать долгосрочные инвестиционные проекты.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

### **ОСНОВЫ ВЕБ-ДИЗАЙНА**

**Цель освоения учебной дисциплины** - научить студентов технологии Web-дизайна и Internet программирования; развить творческие способности, художественно-образное мышление.

**Задачи:**

- знать основные концепции и принципы Web-дизайна, основы проектирования сайтов и технологии проектирования, студент должен имеет представление о Internet программировании;
- уметь проектировать, создавать макеты Web-сайтов, свои Web-страницы, используя технологии проектирования, основы программирования сайтов различными программными средствами;
- владеть технологиями проектирования Web-сайтов, методикой функционального анализа Web-сайтов с точки зрения их назначения, функций и эргономики.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ЭММ В ТОРГОВЛЕ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование компетенций, направленных на: изучение условий и сферы наиболее эффективного применения различных экономико-математических методов; формирование навыков использования пакетов прикладных программ для решения задач на компьютере; формирование навыков формализации конкретной

экономической ситуации и описания ее с помощью известных математических моделей; формирование навыков развернутой трактовки полученных при решении задач результатов и оценка их использования в практической деятельности.

**Задачи:**

- знать основные подходы к моделированию процессов в торговле;
- уметь выполнить экономическую постановку задачи и определить по ней, в каком разделе экономико-математического моделирования следует искать средства ее решения, провести расчеты и получить количественные результаты, проанализировать эти результаты и сделать выводы, адекватные поставленной экономической задаче;
- владеть навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений, навыками критического восприятия информации.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением методами количественного анализа и моделирования, теоритического и экспериментального исследования (ОК-15)
- способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5)
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов

### **КОМПЬЮТЕРНЫЕ СЕТИ**

Целью освоения учебной дисциплины **Компьютерные сети** является формирование компетенций, направленных на формирование знаний теоретических и практических основ в области компьютерных сетей и систем передачи данных, умение использовать программные и информационные ресурсы компьютерных сетей и систем передачи данных, понимание необходимости обеспечения сохранности информации, воспитание культуры информационного обмена.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

### **ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование коммуникативной языковой компетенции, состоящей из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов, и ее реализация в различных видах речевой деятельности, как в устной, так и письменной форме.

**Задачи:**

- знать лексико-грамматический материал в объеме программы учебной дисциплины, терминологию профессионального общения по указанному профилю, различные функциональные стили и жанры письменной и устной речи на иностранном языке, теоретические основы перевода специальной литературы с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык, регистры общения (официальный, формальный, нейтральный), типы, стили и стратегии переговоров;
- владеть навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке, навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста

на иностранном языке по проблемам экономики, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии на иностранном языке; навыками литературной и деловой письменной и устной речи на иностранном языке, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; методологией экономического исследования; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками работы с компьютером как средством управления информацией, навыками представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзор, аналитического отчета, статьи.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного

### **ИМЕДЖЕЛОГИЯ**

Целью изучения дисциплины «Имиджелогия» является знакомство с основными понятиями курса, освоение методик создания оптимального для организации и сотрудников имиджа, формирование компетенций, направленных на создание положительного имиджа менеджера, организации, товара/услуги.

Задачи:

- а) знать основные понятия и виды имиджелогии; психологические основы имиджелогии, структуру, функции и социальную символику имиджа.
- б) уметь самостоятельно и целенаправленно формировать положительный имидж, используя имиджевые технологии.
- в) владеть/быть в состоянии продемонстрировать навыки презентации имиджевого анализа и конструирования имиджа, умения внутренней и внешней работы над имиджем

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой
- мотивацией к выполнению профессиональной деятельности стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию

способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы

### **ДЕЛОВАЯ ЭТИКА**

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, направленных на развитие гармоничной личности студента, получение студентами необходимых знаний в области деловой этики, изучение этических норм и ценностей современного общества. Формирование научных представлений студентов о подлинном гуманистическом смысле их будущей профессии, а также формирование нравственной культуры студента, его нравственной самодостаточности, потребности в непрерывном самообразовании

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

### **КОМПЬЮТЕРНАЯ АНИМАЦИЯ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - изучение и эффективное использование современных технологий нелинейного видеомонтажа в программе Adobe CS4/CS3, изучение Adobe Flash и работы с графическими объектами, текстом и анимацией, а также основ Action Scripts; сформировать умение создавать интерактивные файлы и вставлять в ролик символы, загружать и оптимизировать их, использовать звуки, видео и flash-компонент, публиковать flash-файлы

**Задачи:**

- знать типы звука, термины, концепцию редактирования; расширенное редактирование; работу с Adobe Premiere; работу со звуком.
- уметь работать со звуком; работать с титрами.
- владеть анимацией клипов, применение эффектов и экспортирования.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ЦВЕТОВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМЕ**

**Целью освоения учебной дисциплины** является формирование компетенций, необходимых для разработки творческой концепции графического рекламного продукта, формы рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Кроме того, ставится целью научить студентов анализировать и оценивать художественную ценность и эмоционально - психологическое воздействие рекламы.

**Задачи:**

- 1) знать: основные положения истории и теории науки о цвете; особенности физического и психологического действия цвета на человека; принципы гармонии цвета; принципы композиционной гармонии; законы и приемы композиционной организации изображения; выразительные и изобразительные средства композиции.
- 2) уметь: применять теоретические знания и умения в художественной профессиональной практике, применять выразительные средства коммуникативного воздействия, используемые в рекламе, при создании рекламного продукта.
- 3) владеть: основными методами применения выразительных средств в производстве и технологии разработки рекламного продукта; методиками оценки художественных выразительных средств, используемых в создании рекламного продукта.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование у студентов представления о технических основах экранной культуры.

**Задачи:**

- сформировать умение самостоятельно и творчески ориентироваться в явлениях экранной культуры.

- освоению приемов экранной коммуникации, обладающих огромным ресурсом конструирования реальности.
- знание принципов и форм существования экранной культуры важной основой формирования профессиональных компетенций специалиста по рекламе, таких как создание видеорекламы и ее экспертиза.
- рассмотреть понятие и сущность экранной культуры; понять специфику кинематографа как важного компонента экранной культуры; ознакомить студентов с наиболее выдающимися именами и кинофильмами, образующими узловые точки эволюции выразительных средств кино;
- рассмотреть телевидение, ПК и Интернет как специфические формы и этапы эволюции экранной культуры;
- показать важность и специфику использования ресурсов экрана в связях с общественностью;
- показать возможности использования технических и художественных приемов экранного образотворчества при создании рекламного продукта.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, способен намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способен разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- способен участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ**

**Цель освоения учебной дисциплины-** формирование у студентов целостного представления о роли и механизмах применения цен в современной экономике.

**Задачи:**

- обучение студентов теоретическим основам и практическим методам формирования цен в разных экономических ситуациях.
- формирование универсальных специалистов торговли.
- освоение навыков анализа процессов ценообразования с учетом макро и микроэкономических факторов;
- освоение навыков анализа и оценки факторов ценообразования;
- освоение навыков расчета и обоснования оптимальной стратегии и тактики ценообразования, управления ценовой политикой организации

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность  
 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка  
 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

### **РЕКЛАМА И PR В ИНТЕРНЕТ**

**Цель учебной дисциплины:** дать представление о теории и методологии рекламной деятельности в сети Интернет.

**Задачи курса:**

- изучить теоретические основы массовых и маркетинговых коммуникаций в контексте развития Интернет-технологий,
- описать современные методы и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций

в сети Интернет, выделить теоретические подходы к оценке их эффективности,  
- рассмотреть практические примеры и рекомендации по проведению рекламных кампаний в сети Интернет.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ИНТЕРНЕТ\_МАРКЕТИНГ**

Целью освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» является ознакомление студентов с принципами интернет-маркетинга, с инструментами маркетинга, которые используются при продвижении сайта, анализа рынка и конкурентной среды. В курсе рассматриваются методика создания рекламных материалов.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта  
способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

### **МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - формирование у студентов представления об основах теории и практики маркетинга взаимоотношений, а также формирование и усвоение практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений клиентоориентированной фирмы.

**Задачи:**

- знать основные методики оценки удовлетворенности клиентов; основные методы определения ценности клиентов; методы проведения оценки и организации программы повышения лояльности клиентов; стратегические принципы маркетинга взаимоотношений на различных рынках (B2B, B2C, C2C); стратегии управления взаимоотношениями с клиентами и области их применения; особенности маркетинга взаимоотношений в сетевой экономике; этапы процесса внедрения маркетинга взаимоотношений.
- уметь строить внутренние взаимоотношения (внутренний маркетинг) в организации; оценивать взаимовыгодный эффект взаимоотношений сотрудничества и партнерства у предприятий; дать оценку удовлетворенности клиентов предприятием.
- применять основные приемы, методы, инструментарий маркетинга взаимоотношений; способности строить и последовательно воплощать в жизнь маркетинговые стратегии развития компании, используя инструментарий маркетинга взаимоотношений с клиентами

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
- умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, владеет теоретическими и практическими подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, имеет представление о принципах, способах и - владеет методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации
- владеет современным инструментарием маркетинга, умеет ставить и решать задачи операционного маркетинга

### **СОЗДАНИЕ ЦИФРОВОГО ПОРТФОЛИО**

Целью освоения дисциплины «Создание цифрового портфолио» является формирование компетенций, направленных на формирование у студентов теоретических знаний и практического опыта проектирования профессионального цифрового портфолио.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (маркетинговой, рекламной)

### **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ФОТОРЕКЛАМЫ**

Цель учебной дисциплины - формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции фотографического рекламного продукта.

Задачи:

- формирование базовых теоретических знаний, необходимых для осмысления теории и практики;
- формирование художественного восприятия и осмысления творческой деятельности;
- формирование творческого воображения и художественно-образного мышления;
- формирование практических умений ведения композиционной деятельности в профессиональной деятельности;
- воспитание художественно-эстетической культуры и художественного вкуса.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Целью освоения дисциплины является - формирование системного представления о базовых закономерностях, определяющих особенности взаимодействия социальных акторов – носителей разнообразных культур, барьерах, препятствующих эффективной их коммуникации, уровнях и формах обмена информацией и взаимопонимания, а также сформировать представление о возможностях использования соответствующих теорий в рекламной деятельности.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (маркетинговой, рекламной)

### **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ**

Цель курса - формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для понимания и владения современными технологиями при разработке творческой концепции графического рекламного продукта, формы рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также навыков работы мультимедиа программ и применения мультимедиа технологии в дизайне графического продукта.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ**

**Цель освоения учебной дисциплины** - изучение основ мультимедиа технологий и дизайна, работа с цветом и овладение принципами построения композиции.

**Задачи:**

- знать технологию рисунка; основы композиции; основы цветоведения.
- уметь работать с объектами; редактировать геометрическую форму объектов; создавать и редактировать контуры; разрабатывать логотип.
- владеть работой с растровыми изображениями; использование спецэффектов; печатью документа.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

- стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, способен намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков
- способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
- способен разрабатывать проекты профессиональной деятельности
- способен участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

### **ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, направленных на знание правильного оформления документов и надлежащей организации документирования коммерческой деятельности.

Задачи курса:

- 1) изучение организации и осуществление документирования коммерческой деятельности;
- 2) обеспечение рационального использования документов в коммерческой деятельности предприятий.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

### **ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, направленных на знание документационного обеспечения коммерческой деятельности.

**Результатом освоения дисциплины** является формирование у студентов следующих компетенций:

Умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности,



готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

Задачи курса:

- 1) изучение организации и осуществление документационного обеспечения коммерческой деятельности;
- 2) обеспечение рационального документационного обеспечения коммерческой деятельности

#### МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Целью освоения дисциплины Международный маркетинг является формирование компетенций, направленных на обучение студентов теоретическим основам и практическим методам воздействия на процессы обмена в международной торговле, ознакомление с национальными и культурными особенностями покупательского поведения и использования инструментов маркетинга для анализа и прогнозирования развития международных рынков, стратегий выхода на внешние рынки и продвижения продукции.

Исходя из поставленной цели, задачами дисциплины «Международный маркетинг» выступают:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений.

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

#### СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Социальный маркетинг» является формирование базовых знаний в области теории, методологии и практики социального маркетинга, возможностями социального маркетинга в продвижении массовых социальных проектов и кампаний.

В результате освоения курса студент должен знать специфику социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах, принципы социальной ответственности, владеть навыками социальной компетентности в процессе принятия управленческих решений

**Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:**

*способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение*

### РАЗДЕЛ 5. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

Раздел основной профессиональной образовательной программы бакалавриата "Практика" является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Программы практик содержат:

- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;

- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

## 5.1 ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ)

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков для бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленности (профиля) «Реклама в торговой деятельности» проводится с целью: закрепления, расширения и углубления полученных теоретических знаний; изучения методических, инструктивных и нормативных материалов и специальной литературы; отработки полученной в ходе обучения и учебной практики информации. Программа учебной практики прилагается.

## 5.2 ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности для студентов бакалавров 38.03.06 Торговое дело, направленности (профиля) «Реклама в торговой деятельности» представлена следующими видами практик: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (на втором курсе), технологическая практика (на третьем курсе), научно-исследовательская работа (на четвертом курсе) с целью закрепления и углубления теоретических знаний, приобретения студентами практического опыта управленческой, производственной работы по своей направленности. Программы производственной практики прилагаются.

## 5.3 ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Производственная (преддипломная) практика является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентами теоретического курса. К прохождению практики допускаются студенты, прослушавшие теоретический курс и успешно сдавшие все предусмотренные учебным планом формы контроля (экзамены, зачеты и курсовые работы), прошедшие все виды практик, имеющие утвержденную тему выпускной квалификационной работы и научного руководителя. Программа производственной (преддипломной) практики прилагается.

## РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 6.1 ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или программе практики включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации прилагаются.

## 6.2 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы для государственной итоговой аттестации представлены в программе ГИА (приложение 11).

## РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

### 7.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом направления 38.03.06 «Торговое дело», направленности (профиля) «Реклама в торговой деятельности» студенты выполняют курсовые работы по следующим дисциплинам:

- 1) Маркетинг;
- 2) Реклама в торговле
- 3) Маркетинговые исследования
- 4) Медиапланирование

Методические рекомендации по выполнению курсовых работ прилагаются.

## 7.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ прилагаются.

## РАЗДЕЛ 8. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Программа государственной итоговой аттестации включает:

I. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения (методические рекомендации по выполнению выпускных квалификационных работ);

II. Критерии оценки защиты выпускных квалификационных работ;

III. Оценочные материалы.

IV. Приложения.

Программа государственной итоговой аттестации представлена в приложении 11.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Протоколы согласования дополнительных компетенций с работодателями (объединениями работодателей)
2. Матрица компетенций
3. Справка о педагогических и научных работниках, реализующих ОПОП
4. Учебные планы и календарные графики для очной и заочной форм обучения
5. Рабочие программы дисциплин
6. Программы практик
7. Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации
8. Фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации
9. Методические рекомендации по выполнению курсовых работ
10. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы
11. Программа государственной итоговой аттестации