

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Профессиональные коммуникации на иностранном языке»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в модуль Б1.О.01 общенаучных дисциплин обязательной части учебного плана по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Иностранный язык» (английский), «Деловой иностранный язык» и служит основой для дальнейшего совершенствования знания иностранного языка.

Основной целью курса «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» (английский язык) является повышение уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции, позволяющей использовать иностранный язык в процессе устного и письменного общения для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной деятельности, а также для дальнейшего самообразования.

Задачами освоения дисциплины являются развитие и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции в области торгового дела, наиболее полная реализация ранее приобретенных рецептивных и особенно продуктивных языковых навыков речевой деятельности в профессиональной сфере, в том числе:

1. Совершенствование лексико-грамматических навыков, полученных в течение курса обучения по программе бакалавриата. Реализация знаний лексико-грамматического материала типичного для ситуаций профессионального общения на английском языке при осуществлении всех видов письменной и устной коммуникации.
2. Дальнейшее развитие способности находить, анализировать и критически оценивать информацию, полученную из англоязычных источников (в том числе – из сети Интернет).
3. Развитие и закрепление умений и навыков монологической и диалогической речи в области межкультурной коммуникации (деловой и профессиональный этикет).
4. Овладение языковыми особенностями профессионального языка, терминами, формами устной и письменной профессиональной коммуникации для формирования иноязычной коммуникативной компетенции в области торгового дела.
5. Совершенствование навыков и умений написания и оформления научной корреспонденции (аннотаций, статей).
6. Закрепление навыков устного публичного выступления профессионального характера.

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенции УК-4 выпускника.

Содержание дисциплины:

- Тема 1.** Current trends in intellectual communication. The impact of another culture on a person or society.
- Тема 2.** English language in the field of professional communication: business ethics.
- Тема 3.** Professional vocabulary and intellectual communication: use of terminology in the field of professional communication.
- Тема 4.** Written professional communication: official style. Lexical, grammar, and structural peculiarities.
- Тема 5.** Written professional communication: scientific research. Abstract writing: structure, contents.
- Тема 6.** Written professional communication: scientific research. Abstract writing.
- Тема 7.** Oral professional communication: lexical, grammar, and structural peculiarities. Speech communication patterns.
- Тема 8.** Oral professional communication: development of basic skills of public (monologue) speech.
- Тема 9.** Oral professional communication. Presenting scientific report: types of presentations.
- Тема 10.** Oral professional communication. Presenting scientific report: presentation structure.
- Тема 11.** Oral professional communication. Presenting scientific report: specifics of making presentations.
- Тема 12.** Oral professional communication: dialogue form of professional communication. Speech communication patterns.
- Тема 13.** Improving the ability to participate in dialogues in situations of professional communication. Dealing with questions.
- Тема 14.** Oral professional communication. Discussing a report: lexical and grammar peculiarities of conducting a discussion.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Методология и методы научных исследований (в отрасли)»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Методология и методы научных исследований (в отрасли)» входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (1 семестр).

Дисциплина реализуется кафедрой торгового дела.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин гуманитарного цикла.

Целью изучения дисциплины «Методология и методы научных исследований (в отрасли)» является всестороннее, достоверное изучение объекта, процесса или явления; их структуры, связей и отношений на основе разработанных в науке принципов и методов познания, а также получение и внедрение в производство (практику) полезных для общества результатов.

Задачами изучения дисциплины «Методология и методы научных исследований (в отрасли)» является:

ознакомиться с основными терминами и определениями, применяемыми в сфере научного исследования;

изучить структуру и порядок научного исследования в области товароведения и экспертизы продовольственных товаров, особенности исследования отдельных однородных групп пищевых продуктов;

овладеть информацией о современных важнейших направлениях научных исследований в товароведении и экспертизе товаров;

приобрести знания в области выбора темы, объекта и методов исследований;

приобрести навыки работы с научной литературой;

научиться, как правильно организовать и выполнить научный эксперимент;

изучить особенности сбора информации в торговой организации, научиться анализировать и правильно оформлять результаты научного исследования.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональной компетенции (УК-1, ОПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Цели и задачи дисциплины, основные термины и определения. Тема 2. научные документы и издания. организация работы с научной литературой. Тема 3. организация сбора научной информации в торговых предприятия. Тема 4. тапы научно-исследовательской работы.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 14 ч. занятия и самостоятельная работа студента 66 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Информационные технологии в управлении проектами»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть блока 1. Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, программа магистратуры «Международная торговля и электронная коммерция».

Дисциплина реализуется кафедрой «Экономическая кибернетика и прикладная статистика».

Основывается на базе дисциплин, изученных в бакалавриате, связанных с управлением в экономике.

Является основой для изучения дисциплин «Инновации в торговой деятельности», «Риск-менеджмент в торговой деятельности».

Цели и задачи дисциплины.

Целью дисциплины «Информационные технологии в управлении проектами» является формирование у студентов навыков применения организационно-управленческой, аналитической и исследовательской деятельности, требующейся в ходе реализации проектов, в качестве исполнителей и руководителей проектов.

Задачи: формирование общего видения методологии управления проектами; формирование и закрепление навыков применения инструментальных методов управления проектами и принятия управленческих решений по проекту; формирование навыков документирования результатов применения инструментов управления проектами.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-2), и общепрофессиональных компетенций (ОПК-1, ОПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Методологические основы управления проектами. Процессы управления проектом. Содержание проекта. Организационная структура проекта. Программное обеспечение и инструменты управления проектам. Сетевое планирование. Расписание проекта. Планирование и распределение ресурсов проекта. Техничко-экономическое обоснование проекта. Управление стоимостью проекта. Анализ рисков проекта и методы их оценки. Проектный подход в системе менеджмента предприятия, перспективы развития проектного подхода.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (14 ч.), практические (28 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Социальная ответственность и технологии социального управления»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся, по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Финансы и кредит».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Управление рисками коммерческой деятельности», «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью».

Целью изучения дисциплины: на основе современных концепций социальной ответственности и этики бизнеса выработать у студентов представления об общих закономерностях взаимодействия бизнеса и общества, а также сформировать научно-обоснованное представление о становлении, развитии и современном состоянии социальной ответственности; дать основы знаний о межсекторном взаимодействии предпринимательских структур с властными структурами и некоммерческим сектором.

Задачи дисциплины:

- формирование системного представления о взаимодействии основных политических субъектах - государстве, бизнесе и гражданском обществе – о предпосылках, мотивах и моделях такого взаимодействия;
- определение природы морали и ответственности, применение нормативных и позитивных этических теорий к поведению фирмы, определение предпосылок принятия этических управленческих решений;
- формирование системы знаний о социальной ответственности, знакомства студентов с современными подходами к изучению социальной ответственности;
- знакомство студентов с современными подходами к управлению социальной ответственностью в организации в контексте глобального бизнеса;
- усвоение теоретико-методологических подходов к определению сущности социальной ответственности;
- исследование ключевых элементов социальной ответственности;
- рассмотрение технологий и особенностей межсекторного взаимодействия;
- исследование современных методов оценки социальной ответственности;
- усвоение методических и технологических основ формирования и развития социальной ответственности;

- определение влияния социальной ответственности в формировании имиджа и репутации организации;
- формирование навыков разработки социальных программ и социальных отчетов организации.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-3, УК-5, УК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности.

Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности: зарубежный опыт.

Тема 3. Потребность, необходимость и возможности корпоративной социальной ответственности.

Тема 4. Основы взаимодействия «бизнес – власть – общество».

Тема 5. Методы и способы взаимодействий в связке «бизнес – власть – общество».

Тема 6. Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности.

Тема 7. Корпоративная социальная ответственность: стиль и лидерство.

Тема 8. Социальная ответственность бизнесменов и менеджеров.

Тема 9. Социальная ответственность работников.

Тема 10. Повышение деловой репутации организации.

Тема 11. Корпоративная социальная ответственность в контексте межкультурной среды.

Тема 12. Эффективность управления с учетом КСО.

Тема 13. Взаимодействие государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения корпораций.

Тема 14. Социальное государство, социальное управление и социальные технологии.

Тема 15. Технологии исследования, диагностики и прогнозирования социальных объектов.

Тема 16. Разработка и реализация социальных технологий управления.

Тема 17. Социальный проект.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 14 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 66 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Виртуальные способы ведения операций коммерческой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью», «Инновационное управление коммерческой деятельностью». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом таких дисциплин, как: «Информационные технологии в управлении проектами», «Таргетирование и стратегии продаж», «Маркетинг и стратегии продаж».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний относительно основ функционирования и непосредственно процесса практической организации предпринимательской деятельности в сфере электронной коммерции, на основе знаний о современной цифровой инфраструктуре, связанной с коммерческой деятельностью, а также знаний о различных видах современных цифровых услуг.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

- знаний о специфике современной «цифровой» экономики;
- знаний об инновационных системах закупок и продаж товаров;
- знаний о цифровой инфраструктуре в сфере коммерческой деятельности, в том числе возможностях использования современных цифровых услуг;
- умений генерирования идей, проектирования и разработки новых форм и методов торговой деятельности;
- умений выявления проблем торгового предприятия и осуществления инновационного процесса;
- умений оценивания эффективности инновационных торгово-технологических, маркетинговых и рекламных новаций в коммерческой деятельности;
- навыков по оцениванию деятельности коммерческой компании, работающей в сфере электронной коммерции;

навыков по оцениванию целесообразности выбора функциональной модели и структуры управления коммерческой компании, работающей в сфере электронной коммерции;

навыков по подготовке технического задания на создание сайта интернет-магазина;

навыков по оцениванию реализации перспективного проекта создания электронного коммерческого предприятия.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Современный «Цифровой» мир – как результат слияния виртуального и реального миров. Технологии, обеспечивающие предпосылки для развития «Цифровой» экономики. «Цифровая» экономика: сущность, основные черты, информационно-коммуникационные технологии. Понятие и сущность электронной коммерции. Аутентификация контрагентов и использование автоматизированных систем управления ресурсами предприятия. Правовое обеспечение электронной коммерции. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Другие системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Классификация систем сектора B2C. Построение системы интернет-торговли в интернет-магазине и управление им. Системы электронной коммерции в секторе B2C. Системы электронной коммерции в секторах C2C, G2C, G2B. Государственные электронные торгово-закупочные площадки. Электронные платёжные системы. Технологии снижения рисков платёжных систем в интернете. Интернет-банкинг и электронные деньги. Сайтпромоутинг как важнейший инструмент виртуальной коммерции. Участие в рейтингах, регистрация в каталогах, баннерная реклама. Другие методы интернет-рекламы. Анализ эффективности интернет-рекламы. Дополнительные методы привлечения клиентов. Некорректные действия и мошенничество в интернете. Перспективы развития электронной коммерции. Практическая оценка деятельности коммерческой компании, работающей в сфере электронной коммерции. Практическая оценка деятельности коммерческой компании, работающей в сфере электронной коммерции, в части разработки нового направления деятельности. Практическая оценка целесообразности выбора функциональной модели и структуры управления коммерческой компании, работающей в сфере электронной коммерции. Практическая подготовка технического задания на создание сайта интернет-магазина. Практическая подготовка и оценка реализации перспективного проекта создания электронного коммерческого предприятия.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 28 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 88 ч.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Оценка рыночной конъюнктуры товаров и услуг»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Маркетинг и стратегии продаж», «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Управление рисками коммерческой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом таких дисциплин, как: «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний относительно теоретических основ и практических навыков оценивания состояния и прогнозирования развития товарного и потребительского рынков, для обеспечения эффективного управления ассортиментом товаров и услуг в рыночных условиях.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний особенностей современных товарного и потребительского рынков, а также проблем их развития и сложности оценивания;

знаний базовых теоретических подходов анализа и оценивания состояния товарного и потребительского рынков;

знаний основных показателей, характеризующих состояние товарного и потребительского рынков;

умений оценивания текущего состояния товарного и потребительского рынков;

навыков прогнозирования развития товарного и потребительского рынков, для обеспечения эффективного управления ассортиментом товаров и услуг в рыночных условиях.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Сущность товарного рынка в современной экономике. Конъюнктура товарного рынка и факторы, её формирующие. Методология исследования товарного рынка. Стратегии сегментации и позиционирования на товарном рынке. Брендинг и его место на товарном рынке. Анализ товарного ассортимента на товарном рынке. Потребительский рынок как основной

элемент товарного обращения. Государственное регулирование потребительского рынка в современных условиях. Инфраструктура потребительского рынка. Потребности и спрос на потребительские товары. Предложение на рынке потребительских товаров. Изучение и оценка спроса на потребительские товары. Прогнозирование спроса на потребительские товары. Основные показатели оценки состояния потребительского рынка и их характеристика. Торговля как отрасль экономики. Составные звенья торговли и их характеристика.

Виды контроля по дисциплине: зачёт.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 28 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 52 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Стратегическое управление коммерческой деятельностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Стратегическое управление коммерческой деятельностью» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (4 семестр).

Дисциплина реализуется кафедрой торгового дела.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин гуманитарного цикла.

Целью изучения дисциплины «Стратегическое управление коммерческой деятельностью» является изучение организации и механизмов управления торгово-посредническими процессами в сфере товарного обращения с целью эффективного осуществления торгово-посреднических сделок.

Задачами изучения дисциплины «Стратегическое управление коммерческой деятельностью» являются:

- выбор инноваций в области коммерческой деятельности, анализ и оценка их экономической эффективности;
- выявление и оценка рисков и их последствий в коммерческой деятельности;
- выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических технологий;
- изучение вопросов организации и управления коммерческой деятельностью;
- изучение методологических и организационных аспектов коммерции;
- овладение вопросами информационного обеспечения торгово-посреднической деятельности;
- приобрести знания в области функционирования оптовой и розничной торговли;
- приобрести знания в области функционирования торгово-посреднической деятельности;
- научиться, как правильно организовать и управлять торгово-посреднической деятельностью организации в современных условиях;
- изучить особенности сбора информации в торгово-посреднической организации.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональной компетенции (ОПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Общественные особенности торгово-посреднической деятельности. Тема 2. Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Тема 3. Регулирование сферы обращения. Тема 4. Планирование торгово-посреднической деятельности. Тема 5. Товарооборот торгового предприятия. Тема 6. Товарные запасы торгово-посреднического предприятия. Тема 7. Труд и заработная плата на торгово-посредническом предприятии. Тема 8. Издержки обращения торгово-посреднических предприятий. Тема 9. Розничная торговая сеть. Тема 10. Оперативные процессы в торгово-посреднической деятельности. Тема 11. Формирование товарного ассортимента и обеспечение его устойчивости. Тема 12. организация системы товароснабжения. Тема 13. товарные склады на торгово-посредническом предприятии. Тема 14. технологический процесс на складе. Тема 15. Особенности торгово-посреднической деятельности в свободных экономических зонах. Тема 16. Международный торговый рынок.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единицы, 288 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа студента 216 ч.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Управление рисками коммерческой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина «Управление рисками коммерческой деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (4 семестр).

Дисциплина реализуется кафедрой торгового дела.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин гуманитарного цикла.

Цель изучения дисциплины заключается в получении обучающимися прикладных знаний в области методов стратегического анализа деятельности современных компаний, а также практическом применении технологий управления рисками в коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов.

Задачами изучения дисциплины «Управление рисками коммерческой деятельности» является получение обучающимися:

знаний о понятийном аппарате и содержании управления рисками коммерческой деятельности;

знаний об аксиомах, законах и принципах управления рисками коммерческой деятельности;

знаний о стратегии, политике и тактике управления рисками коммерческой деятельности;

знаний о методологии управления рисками коммерческой деятельности;

навыков применения процессного подхода к изучению управления рисками;

практических навыков анализа внешних коммерческих рисков и методов управления ими;

практических навыков управления внутренними административными рисками.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы: Тема 1. Предмет и содержание управления рисками. Тема 2. Задачи и процесс управления рисками. Тема 3. Основные математические методы оценки рисков. Тема 4. Управление коммерческими рисками компании. Тема 5. Диагностика, анализ и картографирование рисков. Тема 6. Основные коммерческие риски. Тема 7. Риски регрессивного состояния систем управления коммерческой деятельностью. Тема 8. Риски прогрессивного состояния систем управления коммерческой деятельностью. Тема 9. Системы интегрированного управления рисками в коммерческой деятельности.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 108 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Проектирование и управление рыночной коммерческой
деятельностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (3,4 семестры).

Дисциплина реализуется кафедрой торгового дела.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин гуманитарного цикла.

Целью изучения дисциплины «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью» является изучение теоретических основ проектирования и управления коммерческой деятельностью, а также освоение практических навыков успешного осуществления данного вида деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью» являются:

разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий в сфере современной коммерции;

организация и управление инновационным рыночно-коммерческим бизнес-планированием;

анализ и оценка рыночной эффективности инновационных коммерческих проектов организации (предприятия);

проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) в современных рыночных процессах.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональной компетенции (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Основные понятия стратегического планирования и проектирования рыночной коммерческой деятельности. Тема 2. Методы стратегического планирования и рыночного проектирования в сфере коммерции. Тема 3. Виды стратегий и методы их реализации в коммерческой деятельности предприятия, как субъекта рынка. Тема 4. Разработка и анализ рыночных коммерческих проектов. Тема 5. Генерация бизнес-идей в современной рыночной сфере. Тема 6. Разработка проектов по развитию

коммерческой деятельности предприятия, как субъекта рыночной деятельности.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единицы, 324 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 48 ч., семинарские/практические 72 ч. занятия и самостоятельная работа студента 204 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Логистика в проектировании торгового предприятия»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки, обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Инновационное управление коммерческой деятельностью», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности».

Целью изучения дисциплины «Логистика в проектировании торгового предприятия» является подготовка специалистов, способных анализировать логистические процессы на предприятиях торговли, сформировать у студентов знания и профессиональные навыки в области системного проектирования логистических процессов в торговле.

Задачами изучения дисциплины «Логистика в проектировании торгового предприятия» является:

- дать студентам теоретические и прикладные знания об особенностях проектирования логистической системы на предприятиях торговли;
- обучить студентов методике проектирования логистической системы на предприятиях торговли, предложить пути повышения эффективности функционирования предприятия;
- сформировать понимание цели, задач и содержания методики планирования логистических систем на предприятиях торговли;
- выработать навыки применения методов исследования операций при принятии решений в области организации транспортно-складских процессов;
- ознакомить с современными логистическими моделями организации транспортно-складских процессов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Цели, задачи и методы проектирования логистических систем в торговле. Логистические системы в торговле: понятие, функции. Границы логистических систем в торговле. Служба логистики на предприятии торговли: цели, задачи, функции, место в организационной структуре управления. Развитие функции логистики в торговых организациях. Взаимосвязь службы логистики торговой

организации со службами коммерции, маркетинга и финансов. Зарубежный опыт функционирования логистических систем в торговле. Задачи, решаемые в процессе проектирования логистических систем в торговле. Методы проектирования логистических систем в торговле. Применение метода парных сравнений при решении задач выбора в логистике. Оценка экономической эффективности капитальных вложений в логистике: стоимостная оценка результатов и затрат, норма дисконта.

Проектирование систем управления запасами в торговой логистике. Понятие, виды и двойственный характер товарных запасов в торговле. Показатели управления запасами. Параметры систем управления запасами в торговле и их взаимосвязь. Удельные затраты на создание и содержание запасов: порядок расчета, применение при управлении запасами в торговле. Нормы текущих запасов в торговле: понятие, методы определения. Нормы страховых запасов в торговле: понятие, методы определения. Развитие логистики в торговой компании как альтернатива росту товарных запасов. Взаимосвязь управления запасами с другими функциями торговой логистики. Моделирование и применение в торговле системы управления запасами с фиксированным размером заказа. Моделирование и применение в торговле системы управления запасами с фиксированным периодом заказа. Стандартизация процесса управления запасами в торговой организации.

Проектирование складского обеспечения товаропроводящих систем в торговле. Задачи по организации складирования, решаемые в торговой логистике при построении системы товародвижения. Задача выбора месторасположения склада с учетом комплекса факторов. Оценка сроков окупаемости капитальных вложений в организацию собственного склада. Формулирование требований к складской системе торговой компании. Критерии выбора варианта организации складского процесса. Проектирование складского процесса, отвечающего сформулированным требованиям и критериям. Стандартизация складского технологического процесса: технологические карты и стандартные процедуры. Расчет потребности в ресурсах склада предприятия оптовой торговли: потребность в площадях отдельных технологических зон и общей площади склада; потребность в основном производственном персонале; потребность в средствах механизации и оборудовании. Показатели работы склада

Проектирование системы транспортной логистики торговой организации. Выбор вида отправки торговых грузов. Принятие решения о перевозках торговых грузов собственным или наемным транспортом. Выбор перевозчика. Выбор экспедитора. Маршрутизация перевозок, практические приемы разработки кольцевых маршрутов в торговле. Показатели работы транспорта торговой компании, оценка потребности в мощности транспортной подсистемы. Учет издержек автомобильного транспорта. Взаимосвязь системы учета издержек и системы оперативного управления транспортом компании. Оценка себестоимости перевозки грузов автомобильным транспортом. Логистические факторы, влияющие на себестоимость транспортной работы.

Проектирование информационного обеспечения торговой логистики. Эволюция информационных систем в торговле по видам управляемых ресурсов. Общие требования к логистическим информационным системам. Требования к

логистическим информационным системам (ЛИС) в торговле (принципы построения ЛИС в торговле). Информационные системы, используемые при управлении процессами складирования торговых грузов. Функции информационных систем, используемых при управлении товародвижением в торговой организации. Выбор информационного обеспечения функционирования логистики торговой организации.

Логистические процессы товароснабжения в проектировании предприятий розничной торговли. Сквозные технологические процессы в торговле и состав задач по их организации. Проектирование логистической системы товароснабжения розничной торговой сети: принципы товароснабжения розничной торговой сети, выбор транзитной или складской формы товароснабжения, мероприятия по организации товароснабжения розничной торговой сети. Технология хранения, набора заказа, упаковки, транспортирования, подготовки к продаже и продажи продовольственных и непродовольственных товаров в логистической системе «склад распределительного центра – транспорт – сеть магазинов». Требования к участникам логистической цепи. Экономическая эффективность применения сквозных технологических процессов в торговле.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч, семинарские/практические 36 ч. занятия и самостоятельная работа студента 192 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление торгово-посреднической деятельностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Управление торгово-посреднической деятельностью».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Информационные технологии в управлении проектами», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Маркетинг и стратегии продаж», «Таргетирование и стратегии продаж» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Управление рисками в коммерческой деятельности», «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Проектирование и управление рыночной коммерческой деятельностью».

Целью изучения дисциплины является изучение организации и планирования механизмов управления торгово-посредническими процессами в сфере товарного обращения с целью эффективного осуществления торгово-посреднических сделок.

Основными **задачами** изучения дисциплины являются:

- 1) выбор инноваций в области коммерческой деятельности, анализ и оценка их экономической эффективности;
- 2) выявление и оценка рисков и их последствий в коммерческой деятельности;
- 3) выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- 4) разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических технологий;
- 5) изучение вопросов организации и управления коммерческой деятельностью;
- 6) изучение методологических и организационных аспектов **коммерции**;
- 7) овладение вопросами информационного обеспечения торгово-посреднической деятельности;
- 8) приобретение теоретико-методологических знаний в области функционирования оптовой и розничной торговли;
- 9) приобретение теоретико-методологических знаний в области функционирования торгово-посреднической деятельности;
- 10) научиться, как правильно организовать и управлять торгово-посреднической деятельностью организации в современных условиях;
- 11) изучить особенности сбора информации в торгово-посреднической организации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ОПК-4 выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Общественные особенности торгово-посреднической деятельности.

Тема 2. Потребности – исходная посылка формирования потребительского рынка.

Тема 3. Регулирование сферы обращения.

Тема 4. Планирование торгово-посреднической деятельности организации.

Тема 5. Товарооборот торгового предприятия.

Тема 6. Товарные запасы торгово-посреднического предприятия.

Тема 7. Труд и заработная плата на торгово-посредническом предприятии.

Тема 8. Издержки обращения торгово-посреднических предприятий.

Тема 9. Розничная торговая сеть.

Тема 10. Оперативные процессы в торгово-посреднической деятельности организаций.

Тема 11. Формирование товарного ассортимента и обеспечение его устойчивости.

Тема 12. Организация системы товароснабжения.

Тема 13. Товарные склады на торгово-посредническом предприятии.

Тема 14. Технологический процесс на складе.

Тема 15. Особенности торгово-посреднической деятельности в свободных экономических зонах.

Тема 16. Международный торговый рынок.

Виды контроля по дисциплине: дифференцированный зачёт в 1 и 2 семестре.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 8 зачётных единиц, 288 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 42 ч., семинарские/практические 70 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 176 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Потребительский консьюмеризм»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся, по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Социальная ответственность и технологии социального управления», «Управление рисками коммерческой деятельности».

Цель изучения дисциплины заключается в повышении у обучающихся уровня общей правовой культуры и приобретения необходимых для профессиональной трудовой деятельности специальных знаний относительно законодательно закреплённых в Российской Федерации прав потребителей товаров и услуг, а также знаний об ответственности продавцов и предусмотренных действующим законодательством механизмах защиты прав потребителей.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний содержания современного понятия термина «консьюмеризм»;

знаний законодательства Российской Федерации, регулирующего права и обязанности покупателя и продавца;

умений применения законодательства Российской Федерации, регулирующего права и обязанности покупателя и продавца;

навыков рационального использования механизмов защиты потребительских прав и защиты прав продавца.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Консьюмеризм. Партнёрские отношения с потребителями. Нормы Гражданского кодекса РФ. Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей. Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ. Право потребителя на информацию в РФ. Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ. Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ. Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ. Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ. Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ. Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 42 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 110 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Формирование и развитие регионального потребительского рынка»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Таргетирование и стратегии продаж», «Информационные технологии в управлении проектами», «Социальная ответственность и технологии социального управления», «Виртуальные способы ведения операций коммерческой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Оценка рыночной конъюнктуры товаров и услуг», «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности».

Целью изучения дисциплины является изучение теоретических и прикладных основ функционирования системы региональных потребительских рынков с учетом нового экономического механизма в условиях развития рыночных отношений.

Задачами изучения дисциплины являются:

- 1) формирование теоретико-методологических знаний об экономической сущности системы региональных потребительских рынков;
- 2) ознакомление с объективными условиями, предпосылками и закономерностями формирования и развития региональных рынков;
- 3) формирование теоретических знаний относительно методологических принципов экономической диагностики процессов формирования и функционирования региональных рынков;
- 4) изучение сущности классификации элементов рыночной системы на региональном уровне и специфических критериев выделения различных типов локальных региональных рынков;
- 5) овладение навыками оценивания влияния региональных рынков на региональный воспроизводственный процесс;
- 6) анализирован показателей современного уровня развития экономического потенциала региональных рынков с помощью соответствующих показателей;
- 7) формирование теоретико-методологических знаний об основных закономерностях взаимодействия хозяйствующих субъектов экономики региона на различных региональных рынках;
- 8) изучение организационно-экономической модели функционирования региональных рынков в рамках регионального

воспроизводственного процесса;

9) развитие навыков определения методов экономического регулирования процессов формирования и развития региональных рынков;

10) рассмотрение основных положений программы развития региональных рынков и методических рекомендаций по регулированию процессов ее формирования.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-3 выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание.

Тема 2. Понятие и структура товарного рынка в регионе.

Тема 3. Рынки в структуре региональной экономической системы.

Тема 4. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе.

Тема 5. Конъюнктура рынка и её анализ.

Тема 6. Региональный рынок продовольственных товаров.

Тема 7. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров.

Тема 8. Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров.

Тема 9. Механизм ценообразования на рынке продовольственных товаров.

Тема 10. Позиционирование продовольственных товаров на рынке.

Тема 11. Система сбыта продовольственных товаров.

Тема 12. Емкость рынка продовольственных товаров.

Тема 13. Сегментация рынка продовольственных товаров.

Тема 14. Рынок основных видов продовольствия.

Тема 15. Региональный рынок непродовольственных товаров.

Тема 16. Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 8 зачётных единиц, 252 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 30 ч., семинарские/практические 30 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 192 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Инновационное управление коммерческой деятельностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Инновационное управление коммерческой деятельностью» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (2,3 семестр).

Дисциплина реализуется кафедрой торгового дела.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин гуманитарного цикла.

Целью изучения дисциплины «Инновационное управление коммерческой деятельностью» является формирование у студентов теоретических знаний в области инновационных методов управления и организации коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачами изучения дисциплины «Инновационное управление коммерческой деятельностью» является:

освоение основ коммерческой деятельности применительно к сферетоварного обращения инновационной продукции;

изучение инновационных методов организации и развития коммерческой деятельности;

овладение инновационными методами коммерческой деятельности на современных рынках;

овладение инновационными методами управления коммерческими процессами предприятий;

изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции (ПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Методологические основы коммерческой деятельности. Тема 2. Управление коммерческой деятельностью организации. Тема 3. Инновации: понятие и классификация. Тема 4. Понятие и принципы инвестиционной деятельности. Тема 5. Понятие и сущность инвестиционно-инновационной деятельности. Тема 6. НИОКР и их роль в сфере услуг. Тема 7. Характеристика современной инновационной экономики. Тема 8. Роль человеческого капитала в инновационной экономике. Тема 9. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Тема 10. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Тема 11. Основные направления

инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции. Тема 12. Понятие и виды инновационных продаж.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 10 зачетных единицы, 360 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 52 ч., семинарские/практические 104 ч. занятия и самостоятельная работа студента 204 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть дисциплин по выбору 1, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся, по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Управление рисками коммерческой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплины «Стратегическое управление коммерческой деятельностью».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний необходимых для реализации на практике процесса бизнес-проектирования и организации коммерческой деятельности, включая подготовку бизнес-планов, разрабатываемых в соответствии с установленными требованиями.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний методических основ бизнес-проектирования и бизнес-планирования;

знаний общих сведений о международных требованиях к бизнес-планированию;

знаний ключевых моментов стратегического планирования и общих подходов методического и информационного обеспечения планирования;

знаний специфики формирования бизнес-идеи как инновационного замысла и специфики формирования бизнес-модели как концептуальной основы бизнес-плана;

знаний разрешительных процедур для оформления ведения бизнеса в Российской Федерации;

знаний структуры и содержания бизнес-плана в Российской Федерации;

умений использования практических подходов по бизнес-планированию применительно к малым и средним предприятиям;

навыков составления бизнес-плана организации коммерческой деятельности согласно требованиям, установленным в Российской Федерации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Методология планирования. Организация планирования. Методические основы бизнес-проектирования и бизнес-планирования. Общие подходы по бизнес-планированию на малых и средних предприятиях. Практические подходы бизнес-планирования на малых и средних предприятиях. Ведение бизнеса в РФ. Бизнес-планирование международные требования. Бизнес-планирование отечественные требования. Общие подходы к разработке и реализации бизнес-плана. Стратегическое планирование и бизнес-план. Методическое и информационное обеспечение планирования. Бизнес-идея как инновационный замысел. Бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана и общие требования к разработке бизнес-плана. Общая структура и краткое содержание бизнес-плана, описание бизнеса. Анализ рынка и план маркетинга бизнес-проекта. План производства и организационный план бизнес-проекта. Финансовый план бизнес-проекта. Анализ и оценка рисков бизнес-проекта. Компьютерные программные продукты, используемые для бизнес-планирования. Источники финансирования бизнес-проекта.

Виды контроля по дисциплине: зачёт.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 108 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть дисциплин по выбору 1, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся, по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Управление рисками коммерческой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплины «Стратегическое управление коммерческой деятельностью».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний необходимых для реализации на практике процесса бизнес-проектирования и организации коммерческой деятельности, включая подготовку бизнес-планов, разрабатываемых в соответствии с установленными требованиями.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний методических основ бизнес-проектирования и бизнес-планирования;

знаний общих сведений о международных требованиях к бизнес-планированию;

знаний ключевых моментов стратегического планирования и общих подходов методического и информационного обеспечения планирования;

знаний специфики формирования бизнес-идеи как инновационного замысла и специфики формирования бизнес-модели как концептуальной основы бизнес-плана;

знаний разрешительных процедур для оформления ведения бизнеса в Российской Федерации;

знаний структуры и содержания бизнес-плана в Российской Федерации;

умений использования практических подходов по бизнес-планированию применительно к малым и средним предприятиям;

навыков составления бизнес-плана организации коммерческой деятельности согласно требованиям, установленным в Российской Федерации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Методология планирования. Организация планирования. Методические основы бизнес-проектирования и бизнес-планирования. Общие подходы по бизнес-планированию на малых и средних предприятиях. Практические подходы бизнес-планирования на малых и средних предприятиях. Ведение бизнеса в РФ. Бизнес-планирование международные требования. Бизнес-планирование отечественные требования. Общие подходы к разработке и реализации бизнес-плана. Стратегическое планирование и бизнес-план. Методическое и информационное обеспечение планирования. Бизнес-идея как инновационный замысел. Бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана и общие требования к разработке бизнес-плана. Общая структура и краткое содержание бизнес-плана, описание бизнеса. Анализ рынка и план маркетинга бизнес-проекта. План производства и организационный план бизнес-проекта. Финансовый план бизнес-проекта. Анализ и оценка рисков бизнес-проекта. Компьютерные программные продукты, используемые для бизнес-планирования. Источники финансирования бизнес-проекта.

Виды контроля по дисциплине: зачёт.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 108 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Планирование и прогнозирование на потребительском рынке»

Логико-структурный анализ дисциплины. Дисциплина «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке» входит в обязательную часть, формируемую участниками образовательных отношений общенаучного блока подготовки магистров по направлению 38.04.06 «Коммерческая деятельность».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются знания о функционировании коммерческих структур и организации их работы, а также знания об осуществлении организационных изменений и оценивания эффективности таких изменений.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Методология и методы научных исследований (в отрасли)», «Оценка рыночной конъюнктуры товаров и услуг», «Потребительский консьюмеризм» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности», «Управление торгово-посреднической деятельностью», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Маркетинг и стратегии продаж».

Целью изучения дисциплины «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке» является формирование знаний относительно роли планирования и прогнозирования рынков при разработке и принятии управленческих решений на разных уровнях хозяйствования, а также рассмотрение методов, приемов, процедур, позволяющих решать реальные проблемы в области прогнозирования и планирования в условиях рынка.

Задачами изучения дисциплины «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке» является:

- раскрытие понятия прогнозирования и планирования, их места и роли в системе экономических наук;
- формирование представления об основных принципах разработки прогнозов и планов в условиях рыночных систем;
- изучение ключевых понятий в области планирования и прогнозирования рынков;
- исследование методологии и инструментария планирования и прогнозирования рынков.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Содержание основных теорий экономического роста. Стратегия стимулирования экономического роста в развитых странах. Идеи

неоклассической теории. Кейнсианство – как макроэкономическая теория и ее положения. Теория неокейнсианства и проблема оптимизация рыночной экономики. Венчурное предпринимательство как предпосылки развития наукоемкой продукции.

Основные показатели макроэкономического развития. Макроэкономическое развитие как сложный и долговременный процесс эволюции. Понятие экономического роста. Три основные фазы роста и их характеристика. Система показателей, характеризующих оценку уровня макроэкономического развития: общий объем валового внутреннего продукта (ВВП), валовой национальный продукт (ВНП); ВВП, ВНП на душу населения; производство основных видов продукции на душу населения; отраслевая структура национальной экономики; уровень и качество жизни населения; показатели экономической эффективности.

Экономический рост и его измерение, факторы роста. Основными показателями динамики экономического роста. Понятие экстенсивного и интенсивного типа экономического роста. Классификацию факторов экономического роста по Э. Денисону. Влияние экономической политики государства на экономический рост.

Сущность экономической структуры. Структурные изменения в экономике. Виды экономической структуры. Отраслевая структура и ее характеристика. Воспроизводственная структура.

Структурные кризисы. Понятие структурных кризисов. Влияние структурных кризисов на отрасли и сферы мирового хозяйства

Понятие и сущность государственного регулирования экономики. Цели государственного регулирования экономики. Особенности функционирования рынка. Необходимость государственного регулирования экономики.

Объекты, цели и средства государственного регулирования. Позитивные и негативные тенденции в рыночной экономике. Виды инфляции. Бюджетный дефицит как фактор развития инфляционного процесса. Критерии благоприятного экономического развития государства. Система целей государственного регулирования. Денежно-кредитная политика и ее основные элементы.

Формы и методы государственного регулирования экономики. Основные формы государственного регулирования экономики. Понятие антициклического регулирования. Среднесрочное и долгосрочное целевое регулирование экономики. Методы государственного регулирования экономики и их характеристика.

Опыт государственного регулирования экономики в других странах. Трехуровневый («трехслойный») хозяйственный механизм как совокупность форм и методов регулирования экономики. Процессы интернационализации мировой экономики и ее глобализация. Общегосударственное планирование экономического и социального развития Японии. Экономическое развитие стран Юго-Восточной Азии. Латиноамериканский опыт экономических реформ.

Сущность прогнозирования экономического развития. Понятие прогнозирования и система прогнозов. Основные направления экономического прогнозирования. Связь планирования с прогнозированием на основе плановых расчетов. Классификация прогнозов в зависимости от цели прогнозирования. Базовые принципы прогнозирования. Основные стадии научного анализа прогнозов.

Методы прогнозирования. Понятие и содержание макроэкономического планирования. Признаки группировки методов прогнозирования. Формализованные методы прогнозирования. Интуитивные методы прогнозирования. Система показателей, применяемая в планировании. Система плановых показателей как составная часть методологии планирования. Классификация плановых показателей в зависимости: от методов расчета; от характеристики сущности выражаемых явлений; от типа используемых измерителей; от выполняемой роли в управляющих воздействиях на экономический объект; от времени действия; от признаков, раскрывающих природу измеряемого объекта; от степени обобщения процессов и явлений.

Методы предплановых исследований. Предплановые исследования: понятия, цели, задачи. Общие методы предплановых исследований. Конкретные методы предплановых исследований.

Основные формы макроэкономических планов. Необходимость планирования сферы деятельности в условиях рыночной экономики. Директивное планирование, его преимущества и недостатки. Индикативное планирование как метод воздействия на функционирование рыночной экономики.

Основные методы разработки планов. Методы планирования, как составная часть методологии планирования. Методы разработки планов. Балансовый метод. Нормативный метод. Экономико-математические методы. Программно-целевые методы. Сущность программно-целевого метода и порядок разработки программ. Финансирование целевых программ.

Направления государственного регулирования экономики. Социальные аспекты государственного регулирования экономики. Макроэкономическое регулирование НТП. Регулирование инвестиций. Государственное регулирование сбыта. Регулирование рынка труда. Экологическое регулирование. Внешнеэкономическое регулирование.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 160 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч, семинарские/практические 42 ч. занятия и самостоятельная работа студента 142 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины. Дисциплина «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» входит в обязательную часть, формируемую участниками образовательных отношений общенаучного блока подготовки магистров по направлению 38.04.06 «Коммерческая деятельность».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются знания о функционировании коммерческих структур и организации их работы, а также знания об осуществлении организационных изменений и оценивания эффективности таких изменений.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Методология и методы научных исследований (в отрасли)», «Оценка рыночной конъюнктуры товаров и услуг», «Потребительский консьюмеризм» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности», «Управление торгово-посреднической деятельностью», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Маркетинг и стратегии продаж».

Целью изучения дисциплины «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» является формирование знаний относительно роли планирования и прогнозирования рынков при разработке и принятии управленческих решений на разных уровнях хозяйствования, а также рассмотрение методов, приемов, процедур, позволяющих решать реальные проблемы в области прогнозирования и планирования в условиях рынка.

Задачами изучения дисциплины «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности» является:

- раскрытие понятия прогнозирования и планирования, их места и роли в системе экономических наук;
- формирование представления об основных принципах разработки прогнозов и планов в условиях рыночных систем;
- изучение ключевых понятий в области планирования и прогнозирования рынков;
- исследование методологии и инструментария планирования и прогнозирования рынков.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Содержание основных теорий экономического роста. Стратегия стимулирования экономического роста в развитых странах. Идеи

неоклассической теории. Кейнсианство – как макроэкономическая теория и ее положения. Теория неокейнсианства и проблема оптимизация рыночной экономики. Венчурное предпринимательство как предпосылки развития наукоемкой продукции.

Основные показатели макроэкономического развития. Макроэкономическое развитие как сложный и долговременный процесс эволюции. Понятие экономического роста. Три основные фазы роста и их характеристика. Система показателей, характеризующих оценку уровня макроэкономического развития: общий объем валового внутреннего продукта (ВВП), валовой национальный продукт (ВНП); ВВП, ВНП на душу населения; производство основных видов продукции на душу населения; отраслевая структура национальной экономики; уровень и качество жизни населения; показатели экономической эффективности.

Экономический рост и его измерение, факторы роста. Основными показателями динамики экономического роста. Понятие экстенсивного и интенсивного типа экономического роста. Классификацию факторов экономического роста по Э. Денисону. Влияние экономической политики государства на экономический рост.

Сущность экономической структуры. Структурные изменения в экономике. Виды экономической структуры. Отраслевая структура и ее характеристика. Воспроизводственная структура.

Структурные кризисы. Понятие структурных кризисов. Влияние структурных кризисов на отрасли и сферы мирового хозяйства

Понятие и сущность государственного регулирования экономики. Цели государственного регулирования экономики. Особенности функционирования рынка. Необходимость государственного регулирования экономики.

Объекты, цели и средства государственного регулирования. Позитивные и негативные тенденции в рыночной экономике. Виды инфляции. Бюджетный дефицит как фактор развития инфляционного процесса. Критерии благоприятного экономического развития государства. Система целей государственного регулирования. Денежно-кредитная политика и ее основные элементы.

Формы и методы государственного регулирования экономики. Основные формы государственного регулирования экономики. Понятие антициклического регулирования. Среднесрочное и долгосрочное целевое регулирование экономики. Методы государственного регулирования экономики и их характеристика.

Опыт государственного регулирования экономики в других странах. Трехуровневый («трехслойный») хозяйственный механизм как совокупность форм и методов регулирования экономики. Процессы интернационализации мировой экономики и ее глобализация. Общегосударственное планирование экономического и социального развития Японии. Экономическое развитие стран Юго-Восточной Азии. Латиноамериканский опыт экономических реформ.

Сущность прогнозирования экономического развития. Понятие прогнозирования и система прогнозов. Основные направления экономического прогнозирования. Связь планирования с прогнозированием на основе плановых расчетов. Классификация прогнозов в зависимости от цели прогнозирования. Базовые принципы прогнозирования. Основные стадии научного анализа прогнозов.

Методы прогнозирования. Понятие и содержание макроэкономического планирования. Признаки группировки методов прогнозирования. Формализованные методы прогнозирования. Интуитивные методы прогнозирования. Система показателей, применяемая в планировании. Система плановых показателей как составная часть методологии планирования. Классификация плановых показателей в зависимости: от методов расчета; от характеристики сущности выражаемых явлений; от типа используемых измерителей; от выполняемой роли в управляющих воздействиях на экономический объект; от времени действия; от признаков, раскрывающих природу измеряемого объекта; от степени обобщения процессов и явлений.

Методы предплановых исследований. Предплановые исследования: понятия, цели, задачи. Общие методы предплановых исследований. Конкретные методы предплановых исследований.

Основные формы макроэкономических планов. Необходимость планирования сферы деятельности в условиях рыночной экономики. Директивное планирование, его преимущества и недостатки. Индикативное планирование как метод воздействия на функционирование рыночной экономики.

Основные методы разработки планов. Методы планирования, как составная часть методологии планирования. Методы разработки планов. Балансовый метод. Нормативный метод. Экономико-математические методы. Программно-целевые методы. Сущность программно-целевого метода и порядок разработки программ. Финансирование целевых программ.

Направления государственного регулирования экономики. Социальные аспекты государственного регулирования экономики. Макроэкономическое регулирование НТП. Регулирование инвестиций. Государственное регулирование сбыта. Регулирование рынка труда. Экологическое регулирование. Внешнеэкономическое регулирование.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч, семинарские/практические 42 ч. занятия и самостоятельная работа студента 110 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Таргетирование и стратегии продаж»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин по выбору (ДВ.3) подготовки студентов, обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Методология и методы научных исследований (в отрасли)», «Торговая политика и инструменты таможенно-тарифного регулирования», «Потребительский консьюмеризм и потребительские права» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Бизнес-проектирование коммерческой деятельностью», «Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности», «Международные процессы», «Электронная коммерция» (продвинутый уровень), «Информационные технологии в управлении проектами».

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретико-методологических знаний относительно процесса таргетирования как маркетингового параметра в деятельности организации, а также получение знаний о способах, методах и классификации стратегии продаж в торговой деятельности организации.

Задачами данного курса является:

1) формирование общего представления об интернет-маркетинге, digital рекламе и охватной рекламе в торговой деятельности;

2) ознакомление с вопросами относительно тактических и стратегических приёмов в продвижении продукции и товара в сфере торговли;

2) формирование теоретическо-методологических знаний об методах классификации, способах и формах стратегии продаж в торговой деятельности;

3) дать представление и обзор основных площадок для таргетирования рекламы в сфере торговли;

4) изучение вопросов относительно роли рекламного рынка в торговой деятельности и задач таргетолога;

5) рассмотрение вопросов, касающихся планирования и формирования отдела продаж в любой организации;

6) овладение практическими навыками и умениями относительно методов выстраивания коммуникативного диалога с закупочными центрами и с ключевыми клиентами, а также методах работы с «горячими» и «холодными» клиентами торговой деятельности;

7) изучение вопросов, относительно методов оценки эффективности стратегии продаж B2B и B2C, а также рассмотрение вопросов основных элементов эффективности данной стратегии и сбытовой политики и ее основных форм в деятельности торговой организации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-4 выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Ликбез по интернет-маркетингу и digital-маркетингу.

Тема 2. Роль маркетинга и рекламы в социальных сетях.

Тема 3. Охватная реклама в сфере торговли: её роль и значение на современном этапе развития общества.

Тема 4. Performance-маркетинг как метод продвижение продукции, товаров и услуг в деятельности организации.

Тема 5. Обзор и классификация основных площадок для таргетирования рекламы в торговой сфере.

Тема 6. Рекламный рынок и основные задачи и роль работы таргетолога в деятельности предприятия.

Тема 7. Стратегия и тактика торговой организации. Основные типы и виды стратегий продаж на предприятии.

Тема 8. Основная классификация стратегии продаж её значение и роль на современном этапе.

Тема 9. Основные этапы разработки стратегии продаж торговой организации.

Тема 10. Внутренние и внешние факторы, влияющие на разработку и реализацию стратегии продаж B2B и B2C.

Тема 11. Тактические и стратегические приёмы в продвижении продукции, товаров и услуг.

Тема 12. Методы достижения эффективности стратегии продаж B2B и B2C и ее основные элементы.

Тема 13. Выстраивание модели коммуникаций с закупочными центрами. Работа с «горячими» и «холодными» клиентами. Онлайн продажи в организации.

Тема 14. Мерчандайзинг как комплекс мероприятий, направленных на продвижение товаров и брендов на региональном рынке.

Тема 15. Планирование и формирование отдела продаж в организации.

Тема 16. Понятие «мотивации» сотрудников и контроль деятельности отдела сбыта и продаж торговой организации.

Тема 17. Работа с ключевыми клиентами в торговой организации и сбытовая политика организации: её основные виды и типы.

Виды контроля по дисциплине: экзамен во 2 семестре.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 35ч., семинарские/практические 35 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 110 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Маркетинг и стратегии продаж»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин по выбору (ДВ.3) подготовки студентов, обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Методология и методы научных исследований (в отрасли)», «Торговая политика и инструменты таможенно-тарифного регулирования», «Потребительский консьюмеризм и потребительские права» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности», «Международные торгово-логистические процессы», «Стратегический менеджмент торгового предприятия», «Биржевые инструменты мировых товарно-сырьевых рынков».

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретико-методологических знаний относительно процесса таргетирования как маркетингового параметра в деятельности организации, а также способах, методах и классификации стратегии продаж в торговой деятельности организации.

Задачами данного курса являются следующие положения:

1) формирование общего представления об интернет-маркетинге, digital рекламе и охватной рекламе в торговой деятельности;

2) ознакомление с вопросами относительно тактических и стратегических приёмов в продвижении продукции и товара в сфере торговли;

2) формирование теоретико-методологических знаний об методах классификации, способах и формах стратегии продаж в торговой деятельности;

3) обобщение и обзор основных площадок для таргетирования рекламы в сфере торговли;

4) изучение вопросов относительно роли рекламного рынка в торговой деятельности и задач таргетолога;

5) рассмотрение вопросов, касающихся планирования и формирования отдела продаж в любой организации;

6) овладение практическими навыками и умениями относительно методов выстраивания коммуникативного диалога с закупочными центрами и с ключевыми клиентами, а также методах работы с «горячими» и «холодными» клиентами торговой деятельности;

7) изучение вопросов, касающихся методов оценки эффективности стратегии продаж B2B и B2C, а также рассмотрение вопросов основных элементов эффективности данной стратегии и сбытовой политики и ее основных форм в деятельности торговой организации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-4 выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Ликбез по интернет-маркетингу и digital-маркетингу.

Тема 2. Роль маркетинга и рекламы в социальных сетях.

Тема 3. Охватная реклама в сфере торговли: её роль и значение на современном этапе развития общества.

Тема 4. Performance-маркетинг как метод продвижение продукции, товаров и услуг в деятельности организации.

Тема 5. Обзор и классификация основных площадок для таргетирования рекламы в торговой сфере.

Тема 6. Рекламный рынок и основные задачи и роль работы таргетолога в деятельности предприятия.

Тема 7. Стратегия и тактика торговой организации. Основные типы и виды стратегий продаж на предприятии.

Тема 8. Основная классификация стратегии продаж её значение и роль на современном этапе.

Тема 9. Основные этапы разработки стратегии продаж торговой организации.

Тема 10. Внутренние и внешние факторы, влияющие на разработку и реализацию стратегии продаж B2B и B2C.

Тема 11. Тактические и стратегические приёмы в продвижении продукции, товаров и услуг.

Тема 12. Методы достижения эффективности стратегии продаж B2B и B2C и ее основные элементы.

Тема 13. Выстраивание модели коммуникаций с закупочными центрами. Работа с «горячими» и «холодными» клиентами. Онлайн продажи в организации.

Тема 14. Мерчандайзинг как комплекс мероприятий, направленных на продвижение товаров и брендов на региональном рынке.

Тема 15. Планирование и формирование отдела продаж в организации.

Тема 16. Понятие «мотивации» сотрудников и контроль деятельности отдела сбыта и продаж торговой организации.

Тема 17. Работа с ключевыми клиентами в торговой организации и сбытовая политика организации: её основные виды и типы.

Виды контроля по дисциплине: экзамен во 2 семестре.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачётных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 35ч., семинарские/практические 35 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 110 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Торговые перевозки»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть факультативных дисциплин ФТД.01 Блока 3 дисциплин, обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Управление торгово-посреднической деятельностью», «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Методы анализа и прогнозирования коммерческой деятельности», «Потребительский консьюмеризм» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Логистика в проектировании торгового предприятия», «Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности».

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретико-методических знаний и профессиональных навыков в области торговых перевозок как процесса организации и мониторинга товаров с места их происхождения в место назначения.

Задачами данного курса являются:

1) получение студентами теоретических знаний об экономических аспектах функционирования транспортно-складских систем как главного элемента системы международного товародвижения;

2) получение теоретических знаний о построении системы управления товарным потоком и оптимизации системы международного товародвижения;

3) ознакомление с теоретико-методическими знаниями об основных элементах транспортного процесса перевозки грузов и товаров в системе товарообращения;

4) овладение практическими навыками управления цепями поставок в системе товарообращения в составе современной концепции управления.

5) научить студентов определять транспортное оборудование в торговой деятельности и классифицировать транспортные услуги;

6) ознакомление студентов с международными организациями, которые координируют деятельность торговых перевозок на современном этапе;

7) формирование теоретико-методические знания относительно правового и коммерческого обеспечения международных торговых перевозок различными видами транспорта.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-5 выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Тема 1. Экономические аспекты функционирования транспортно-складских систем как главного элемента системы международного товародвижения.

Тема 2. Построение системы управления товарным потоком и оптимизация

системы международного товародвижения.

Тема 3. Основы грузовых автомобильных перевозок (грузы и транспортные услуги и их виды, и классификация).

Тема 4. Технология грузовых автомобильных перевозок товаров и грузов.

Тема 5. Основные элементы транспортного процесса перевозки грузов и товаров в системе товарообращения.

Тема 6. Управление цепями поставок в системе товарообращения в составе современной концепции управления.

Тема 7. Международные торговые перевозки и процессы: сущность, классификация и виды.

Тема 8. Правовое и коммерческое обеспечение международных перевозок разными видами транспорта.

Тема 9. Организационно-правовой механизм обеспечения международной торговли.

Тема 10. Информационные технологии для проведения внешнеторговой логистики перевозки товаров и грузов.

Тема 11. Основы и организация международных торговых перевозок и операций.

Тема 12. Внешнеторговый контракт как основополагающий элемент осуществления транспортных операций с целью осуществления торговой перевозки.

Тема 13. Международные правила и организации, регулирующие внешнеэкономические торговые операции и международную перевозку грузов и товаров на современном этапе.

Тема 14. Паллетная перевозка грузов Quality Delivery в торговой сети. Услуги перекрестных торговых перевозок и кроссовых торговых перевозок.

Виды контроля по дисциплине: зачёт.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 28 ч., семинарские/практические 28 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 52 ч.