

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 научноисследования.

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: «Стратегический менеджмент торгового предприятия», «Риск-менеджмент в торговой деятельности», «Торговая политика и инструменты таможенно-тарифного регулирования».

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 «Электронная коммерция (продвинутый уровень)»

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: «Web-программирование», «Международное торговое законодательство», «Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Стратегический менеджмент торгового предприятия», «Биржевые инструменты мировых товарно-сырьевых рынков», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Инновации в торговой деятельности». 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 В2С. Построение системы интернет-торговли в интернет-магазине и управление им. Системы электронной коммерции в секторе В2С. Системы электронной коммерции в секторах С2С, G2С, G2В. 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

«Web-программирование»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс относится к части блока Дисциплины (модули) подготовки студентов, формируемой участниками образовательного процесса по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, программа магистратуры «Международная торговля и электронная коммерция».

Дисциплина реализуется кафедрой «Экономическая кибернетика и прикладная статистика».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: навыки работы с компьютером как средством обработки информации, знания современных методов и средств информационных технологий, владение культурой мышления, навыками анализа и моделирования, владение навыками алгоритмизации и императивного программирования, владение навыками работы с системами программирования на этапах разработки и отладки программного кода.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин информационно-коммуникационной направленности, изученных в ходе освоения программы бакалавриата и служит основой для освоения дисциплин «Информационные технологии в управлении проектами», «Электронная коммерция (продвинутый уровень)», «Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности» производственной практики.

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – изучение и практическое освоение общих принципов и современных методов и технологий Web-программирования.

Задачи: знать теоретические основы и современные информационные технологии анализа, проектирования и разработки программного обеспечения; уметь проектировать и разрабатывать различные виды программного обеспечения на основе объектно-ориентированного подхода; иметь опыт разработки программ средней сложности; иметь представление о библиотеках классов и инструментальных средствах, применяемых при разработке программного обеспечения.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных компетенции (ОПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: введение в интернет; проектирование сайта; элементы языка гипертекстовой разметки HTML; введение в каскадные таблицы стилей; введение в язык JAVASCRIPT; введение в язык программирования PHP; PHP и MySQL.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 108 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), лабораторные (28 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (52 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Стратегический менеджмент торгового предприятия»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина «Стратегический менеджмент торгового предприятия» 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 «Стратегический менеджмент торгового предприятия» 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, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 72 ч.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Риск-менеджмент в торговой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина «Риск-менеджмент в торговой деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (3, 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 торговой деятельности хозяйствующих субъектов.

Задачами изучения дисциплины «Риск-менеджмент в торговой деятельности» является получение обучающимися:

знаний о понятийном аппарате и содержании управления рисками в торговой деятельности;

знаний об аксиомах, законах и принципах управления рисками в торговой деятельности;

знаний о стратегии, политике и тактике управления рисками в торговой деятельности;

знаний о методологии управления рисками в торговой 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: очная форма обучения – зачет с оценкой, экзамен; заочная форма обучения – зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины очной формы обучения составляет 9 зачетных единиц, 324 часа. Программой дисциплины предусмотрены аудиторные занятия 120 ч. и самостоятельная работа студента 164 ч.

Общая трудоемкость освоения дисциплины заочной формы обучения составляет 9 зачетных единиц, 288 часов. Программой дисциплины предусмотрены аудиторные занятия 58 ч. и самостоятельная работа студента 222 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Торговая политика и инструменты таможенно-тарифного
регулирувания»

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 материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Международное торговое законодательство», «Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом таких дисциплин, как: «Международные торгово-логистические процессы», «Риск-менеджмент в торговой деятельности», «Инновации в торговой деятельности».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний относительно общего понимания инструментов государственной торговой политики, а также в формировании практических компетенций относительно правоприменения действующего в ЕАЭС порядка таможенно-тарифного регулирования.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний возможностей современной торговой политики и таможенно-тарифного регулирования в системе мер государственного регулирования;

знаний методологии определения таможенных платежей;

знаний нормативно-правовой базы таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС;

знаний режимов преференций в таможенно-тарифном регулировании;

знаний порядка и установленные критерии определения происхождения товара;

знаний таможенных процедур, тарифных льгот и тарифного квотирования;

знаний возможностей задействования на практике имеющихся тарифных преференций;

умений применения порядка определения происхождения товара;

навыков применения порядка и конкретных методов исчисления таможенной стоимости товара.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы:

Раздел 1. Торговая политика и теоретические аспекты таможенно-тарифного регулирования.

Торговая политика и таможенно-тарифное регулирование в системе мер государственного регулирования ВЭД. Таможенный тариф как важнейший инструмент системы таможенно-тарифного регулирования.

Раздел 2. Нормативно-правовое обеспечение и существующая практика таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС.

Практика таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС. Тарифные преференций и определение происхождения товара. Таможенные процедуры, тарифные льготы и тарифное квотирование. Определение таможенной стоимости товара.

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
«Международные торгово-логистические процессы»

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: «Биржевые инструменты мировых товарно-сырьевых рынков», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности».

Целью изучения дисциплины «Международные торгово-логистические процессы» является формирование теоретических знаний и навыков об управлении торгово-логистическими процессами в сфере внешнеэкономической деятельности предприятия, влиянии логистических методов на эффективность деятельности участников ВЭД.

Основными задачами изучения дисциплины «Международные торгово-логистические процессы» являются:

- формирование у студентов научных представлений о структуре логистических систем и процессах их функционирования во внешнеэкономической деятельности;
- формирование умений и навыков оценки влияния логистики на эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия;
- обоснование роли и значения международной логистики в системе предпринимательства;
- формирование логистической инфраструктуры в сфере внешней торговли Российской Федерации;
- обобщение видов логистических издержек при внешнеторговых операциях;
- освещение специфики логистического управления смешанными внешнеторговыми перевозками;
- обобщение логистического подхода к управлению рисками в международной торговле и таможенной сфере;
- умение анализировать правовые аспекты регулирования внутренних и международных перевозок грузов;
- формирование практических навыков по оптимизации логистической деятельности в осуществлении международной экономической деятельности;
- определение особенностей логистики во внешнеторговой деятельности в Российской Федерации и основные направления таможенно-тарифного механизма регулирования внешнеторговых операций.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональных компетенций (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Современные тенденции в международной логистике. Специфика международной логистики ее цели, задачи и функции. Логистические операции, виды логистических операций. Регионализация и ее влияние на развитие международной логистики. Специфика международной логистики. Страны-лидеры в развитии международной логистики.

Информационная логистика и ее значение во внешнеэкономической деятельности. Цели и задачи информационной логистики. Информационная инфраструктура и информационные логистические системы. Информационные технологии в логистике. Принципы построения логистических информационных систем. Информационный поток при транспортировке груза от экспортера к импортеру. Телекоммуникации и информационное обеспечение ВЭД.

Основы экспортно-импортной деятельности в логистических системах. Цели и задачи построения глобальных логистических цепочек. Экспортные и импортные операции. Операции реэкспорта и реимпорта, условия их применения. Основные формы взаиморасчетов по международным контрактам купли-продажи и их характеристика. Государственные барьеры для защиты интересов в международной торговле. Основные товаросопроводительные документы для оформления таможенных платежей в России.

Транспортная и внешнеторговая логистика. Транспортные тарифы и правила их применения. Задачи транспортной логистики и логистический выбор вида транспорта. Основные участники и их задачи во внешнеторговых логистических операциях. Логистический подход к управлению смешанными внешнеторговыми перевозками.

Логистика во внешнеэкономической деятельности. Международная логистика как составная часть мировой экономической системы. Интеграционные процессы на мировом рынке. Международные экономические организации и их роль в регулировании международной логистики. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности.

Логистическая организация международных торговых операций. Логистические методы осуществления международных торговых операций. Международная встречная торговля. Состав и структура логистических издержек внешнеторговых операций. Транспортно-заготовительные расходы внешнеторговых операций.

Издержки на выполнение таможенных процедур и уплату таможенных платежей. Затраты на формирование и хранение товарных запасов. Затраты по страхованию международных перевозок. Издержки на оплату услуг внешнеторговых посредников. Схема формирования экспортных цен.

Формирование логистической инфраструктуры международной торговли. Логистические системы внешнеторговых операций. Виды и функции внешнеторговых посредников. Инфраструктурные подразделения

логистической системы международной торговли. Типология складов в логистической инфраструктуре. Международные транспортные посредники. Логистические цепи в сфере внешней торговли.

Глобализация бизнеса и роль логистических систем. Интеграция России в мировую логистическую сеть. Глобализация бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности. Понятие глобальной логистической системы. Примеры построения глобальных логистических систем. Мировой рынок транспортно-логистических услуг.

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
«Планирование торгово-посреднической деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

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. Товароборот 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 3 и 4 семестре.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 7 зачётных единиц, 252 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 54 ч., семинарские/практические 54 ч. занятия и самостоятельная работа обучающегося 144 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Потребительский консьюмеризм и потребительские права»

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», «Риск-менеджмент в торговой 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
«Биржевые инструменты мировых товарно-сырьевых рынков»

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», «Стратегическое управление коммерческой деятельностью».

Целью изучения дисциплины является подготовка специалистов, способных анализировать биржевые инструменты на мировых рынках, формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области биржевой торговли с применением электронной торговой системы и стимулирования деятельности на мировых товарных рынках.

Основными задачами изучения дисциплины «Биржевые инструменты мировых товарно-сырьевых рынков» является:

- ознакомление с биржевыми операциями;
- изучение понятийного аппарата биржевых и других инструментов первичного и вторичного фондового рынка, рынка ценных бумаг;
- ознакомление с существующими способами котировки цен на биржевые товары;
- изучения порядка ведения биржевых торгов;
- ознакомление с функциями и задачами посредников на биржах;
- освоение технологии формирования цепочки движения заказа от покупателя к продавцу на бирже.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

История развития биржевой торговли. История становления товарно-биржевых принципов. Возникновение и развитие фондовых бирж. Организация товарных бирж в дореволюционной России. Советские товарные биржи в период новой экономической политики.

Роль биржи в обслуживании торговых операций. Биржа как элемент рынка. Классификации бирж и их функции. Основные черты биржевой торговли. Современная фьючерсная торговля и ее основные признаки.

Организация биржевой торговли и ее участники. Товарная биржа: понятие, цели, задачи и функции. Организационная структура, учредители и участники биржевой торговли. Характеристика биржевого товара, процедура проведения биржевых торгов. Тарифное регулирование в системе биржевой торговли. Принципы и преимущества биржевой торговли. Режимы биржевой торговли и виды биржевых цен. Биржевая торговля с применением электронной торговой системы.

Деятельность международных товарных рынков и их стимулирование. Товарная биржа и возможности повышения эффективности внешнеэкономической деятельности. Аукционная торговля, ее применение при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Международные торги: сущность, виды и значение во внешнеэкономической деятельности. Организация ярмарок и выставок как метод стимулирования внешнеэкономической деятельности.

Ценные бумаги как объект биржевой торговли. Биржевой рынок ценных бумаг, его функции и составные части. Субъекты рынка ценных бумаг. Основные биржевые инструменты, их виды и классификация. Портфельное инвестирование, типы портфелей инвесторов.

Валютный рынок: сущность, функции и особенности функционирования. Экономическая характеристика валютного рынка. Функции и формы валютного рынка. Особенности мирового валютного рынка как отдельной структуры. Участники валютного рынка. Место валютного рынка в системе национального финансового рынка.

Виды контроля по дисциплине: дифференцированный зачет.

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

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Инновации в торговой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Инновации в торговой деятельности» 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 «Инновации в торговой деятельности» 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 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
«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 торгово-посреднической деятельности», «Таргетирование и стратегии продаж», «Маркетинг и стратегии продаж» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Риск-менеджмент в торговой деятельности», «Инновации в торговой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплины «Стратегический менеджмент торгового предприятия».

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 торгово-посреднической деятельности», «Таргетирование и стратегии продаж», «Маркетинг и стратегии продаж» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Риск-менеджмент в торговой деятельности», «Инновации в торговой деятельности». Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплины «Стратегический менеджмент торгового предприятия».

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
«Международное торговое законодательство»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Международное торговое законодательство» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (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 «Международное торговое законодательство» является формирование у студентов теоретических знаний в области международного торгового права, понимания основных закономерностей нормативного регулирования мировых торговых отношений, практических навыков по анализу нормативно-правовой базы.

Задачами изучения дисциплины «Международное торговое законодательство» является:

изучение базовых институтов и отраслей международного торгового права;

изучение основных принципов и положений общей части международного частного права;

овладение навыками по анализу международных торговых нормативно-правовых актов;

исследование типовых договоров и соглашений.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Понятие международного торгового законодательства. Тема 2. Понятие международного права, его виды. Тема 3. Анализ международного торгового законодательства. Тема 4. Сравнительный анализ международного частного и международного публичного права. Тема 5. Определение приоритетности норм права в международном частном праве. Тема 6. Понятие и виды международных договоров. Тема 7. Правовое регулирование международных торговых сделок. Тема 8. Мировые торговые биржи и их нормативное регулирование. Тема 9. Правовой режим свободных экономических зон и торговой деятельности в них. Тема 10. Правовое регулирование международных поставок товаров. Тема 11. Международные морские перевозки и их роль в нормативном обеспечении мировой торговли. Тема 12. Роль международных организаций в регулировании торговли.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные

24 ч., семинарские/практические 48 ч. занятия и самостоятельная работа студента 108 ч.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, 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 «Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности» является формирование у студентов теоретических знаний в области международного торгового права, понимания основных закономерностей нормативного регулирования мировых торговых отношений, практических навыков по анализу нормативно-правовой базы.

Задачами изучения дисциплины «Нормативное обеспечение внешнеторговой деятельности» является:

изучение базовых институтов и отраслей международного торгового права;

изучение основных принципов и положений общей части международного частного права;

овладение навыками по анализу международных торговых нормативно-правовых актов;

исследование типовых договоров и соглашений.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Тема 1. Понятие международного торгового законодательства. Тема 2. Понятие международного права, его виды. Тема 3. Анализ международного торгового законодательства. Тема 4. Сравнительный анализ международного частного и международного публичного права. Тема 5. Определение приоритетности норм права в международном частном праве. Тема 6. Понятие и виды международных договоров. Тема 7. Правовое регулирование международных торговых сделок. Тема 8. Мировые торговые биржи и их нормативное регулирование. Тема 9. Правовой режим свободных экономических зон и торговой деятельности в них. Тема 10. Правовое регулирование международных поставок товаров. Тема 11. Международные морские перевозки и их роль в нормативном обеспечении мировой торговли. Тема 12. Роль международных организаций в регулировании торговли.

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 теоретико-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: «Оценка рыночной конъюнктуры товаров и услуг», «Формирование и развитие регионального потребительского рынка», «Потребительский консьюмеризм», «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Бизнес-проектирование и моделирование торговой деятельности», «Инновационное управление коммерческой деятельностью».

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

Задачами данного курса является получение обучающимися:

1) ознакомить студентов с экономическими аспектами функционирования транспортно-складских систем как главного элемента системы международного товародвижения;

2) дать представление студентам об построении системы управление товарным потоком и оптимизация системы международного товародвижения

3) изучить основные элементы транспортного процесса перевозки грузов и товаров в системе товарообращения;

4) овладеть 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) ознакомить студентов с международными организациями, которые координируют деятельность торговых перевозок на современном этапе;

7) сформировать теоретические знания относительно правового и коммерческого обеспечения международных торговых перевозок разными 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 управление 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.