МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра «Коммерция и маркетинг»

АННОТАЦИИ
рабочих программ
дисциплин и практик образовательной программы
высшего образования

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Направленность (профиль)	Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг
Квалификация (степень)	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная

Грозный, 2018

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.01 «Деловой иностранный язык»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: освоения дисциплины (модуля): дальнейшее развитие иноязычной компетенции, необходимой для корректного решения коммуникативных задач в различных ситуациях профессионального общения, формирование компетенции; дальнейшее формирование у магистрантов умения самостоятельно приобретать знания для осуществления профессиональной коммуникации на иностранном языке; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.
Задачи дисциплины	**Задачи:** поддержание ранее приобретенных навыков и умений иноязычного общения и их использования как базы для развития коммуникативной компетенции в сфере профессиональной деятельности; расширении и активизации лексического и терминологического вокабуляра; дальнейшем развитии и закреплении навыков работы с профессиональным текстом; дальнейшем развитии и закреплении навыков аудирования (умение понимать монологические и диалогические высказывания по темам, связанным со специальностью магистрантов и др; развитие умений аннотирования, реферирования, составления плана или тезисов будущего выступления.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Деловой иностранный язык» (Б1.Б.01) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: английский язык, немецкий язык, русский язык.
В результате освоения данной дисциплины у студента форми-	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном

руются следующие компетенции	языках для решения задач профессиональной деятельности.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать**: значения новых лексических единиц, связанных с тематикой данного этапа обучения и соответствующими ситуациями общения реплик-клише речевого этикета, отражающих особенности культуры страны изучаемого языка; базовые грамматические явления; языковые средства и правила речевого и неречевого поведения в соответствии со сферой общения **Уметь**: читать (со словарем) и понимать оригинальный англоязычный профессиональный текст по специальности и передавать основное его содержание; выражать свои мысли в устной форме по пройденной тематике, устно излагать краткое содержание и основные мысли текста по профессиональной тематике; уметь составить сообщение (доклад, презентацию) на профессиональные темы. **Владеть:** навыками просмотрового, поискового чтения и чтения с полным пониманием содержания прочитанного; навыками устного общения на английском языке в пределах профессиональной тематики; передачи информации, взаимодействия, импровизации; навыками деловой письменной речи как самостоятельного вида речевой деятельности; восприятия и понимания деловой устной речи как самостоятельного вида речевой деятельности.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.02 «Психология»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: подготовить магистра к успешной работе на благо общества в сфере торговое дело на основе знаний основ современной психологической науки и практики.
Задачи дисциплины	**Задачи:** ознакомление магистрантов с основными концепциями, методами современной психологии, ее возможностями в успешном решении задач профессиональной деятельности; формирование целостной системы представлений о психической деятельности человека, движущих силах формирования его личности и способах ее развития; раскрытие основных механизмов познавательной деятельности человека
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Психология» (Б1.Б.02) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Философия», «История» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-1: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения. **б) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-2: готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
В результате освоения	**Знать**:

дисциплины обучающийся должен:	методологические и теоретические основы общей психологии; основные категории общей психологии; особенности и закономерности протекания психических процессов; основные теории восприятия, внимания, памяти, мышления, мотивации и эмоций. **Уметь:** определять объект, предмет, цели и задачи исследования; работать с научной литературой; самостоятельно анализировать психологические феномены, исходя из различных концептуальных подходов. **Владеть:** навыками функционирования сознания, психики в целом.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.03 «Компьютерные технологии»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: основной целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических навыков по компьютерным технологиям в торговле. Содержание курса предусматривает формирование и развитие аналитического мышления при решении различного рода статистических, расчетно-экономических и торговых задач.
Задачи дисциплины	**Задачи:** формирование у студентов необходимых базовых знаний и формирование практических навыков по работе с компьютерными технологиями (компьютеры, специализированные машины)
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Компьютерные технологии» (Б1.Б.03) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Информационные технологи в профессиональной деятельности», «Коммерция в сфере информационных услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Коммерция и инновационно-информационные технологии», «Консалтинг в сфере торговли» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-6: способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение; ОК-8: способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска.
В результате освоения дисциплины	**Знать:**

обучающийся должен:	современные достижения информатики, архитектуру, техническое и программное обеспечение персональных компьютеров. **Уметь:** работать с программными средствами общего назначения, соответствующие современным требованиям; работать в локальных и глобальных компьютерных сетях, использовать сетевые средства поиска и обмена информацией; использовать современные компьютерные технологии для решения прикладных задач в торговом деле. **Владеть:** работой с электронными таблицами; приемами антивирусной защиты; студенты должны освоить назначение и возможности отдельных компьютерных технологий и научиться их применять для решения задач предметной области. привить навыки применения современных компьютерных технологий для проектирования и решения экономических задач.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.04 «Стратегический маркетинг»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у выпускника теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выбора направлений развития фирмы, разработки системы маркетинговых решений и построения стратегических рыночных карт, что позволит им осуществлять эффективное управление деятельностью компании на основе маркетинга в соответствии с международными требованиями к данному виду деятельности.
Задачи дисциплины	**Задачи:** овладение аналитическими методами позволяющими адекватно оценить обстановку и перспективное развитие рынка, в том числе со стороны потребителей; получение знаний о закономерностях развития рынка и его реакции на маркетинговые усилия фирмы
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Стратегический маркетинг» (Б1.Б.04) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Маркетинговые исследования», «Маркетинг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой,

	или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-4: готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** стратегии маркетинга: цели, виды, критерии выбора, оценку их эффективности; управление маркетингом и организацией; принятие решений, методы анализа и формирование решений; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций. **Уметь:** выбирать стратегии маркетинга, обеспечивающие эффективное функционирование организации, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность; определять конкурентоспособность товаров и организаций; проводить маркетинговой анализ окружающей среды и внутренних возможностей торгового предприятия. **Владеть:** навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.05 «Инновационные маркетинговые коммуникации»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: овладение студентами системы теоретика методологических, организационных и финансово-экономических знании и действии, направленных на совершенствование процессов продвижения товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получения прибыли.
Задачи дисциплины	**Задачи:** освоение инновационного маркетинга в сфере потребления; изучение методов организации и развития инновационного маркетинга коммуникации; обоснование организации составляющих инновационный маркетинг коммуникации; ознакомление с государственным регулированием и регламентацией по отраслям и сферам применения
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Инновационные маркетинговые коммуникации» (Б1.Б.05) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):**

	ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основы инновационного маркетинга коммуникации; методы исследования инновационного маркетинга коммуникации; стратегию и тактику управления инновационного маркетинга коммуникации; связь инновационного маркетинга и инновационного менеджмента. **Уметь:** формировать цели и направления развития инновационного маркетинга; разработка долгосрочных и краткосрочных целей; анализировать внешнею среду; анализировать внутреннею среду; выбор стратегии инновационного маркетинга. **Владеть:** навыками развивать продажи выпускаемых товаров на существующих рынках.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.06 «Организация экспертизы»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: освоение теоретических знаний экспертной деятельности, ее составных элементов, требований к экспертам, порядка организации и проведения товарной экспертизы, приобретения умений ее организации и проведения, формирования необходимых компетенций.
Задачи дисциплины	**Задачи:** усвоение основных понятий в области экспертизы; изучение целей, задач, объектов, принципов, субъектов, средств и методов экспертной деятельности; установление требований, предъявляемых к экспертам, и оснований для проведения экспертизы; рассмотрение видов товарной экспертизы и их характеристики; определение порядка организации и проведения экспертизы; выявление типовых ошибок при проведении и оформлении результатов экспертизы
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Организация экспертизы» (Б1.Б.06) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Организация экспертизы», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются	**а) профессиональные (ПК):** ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

следующие компетенции	ПК-7: способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** экспертиза: понятие, цели, принципы, этапы, средства и методы проведения экспертизы, виды экспертизы, организацию проведения экспертизы. **Уметь:** использовать принципы, средства и методы экспертизы, оценивать эффективность затрат на проведение экспертизы; участвовать в разработке систем экспертной оценки. **Владеть:** умениями применять средства и методы проведения экспертизы

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.07 «Рекламный менеджмент»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у них знаний теоретических положений и основных принципов управления рекламным процессом, умений создания и проведения рекламной кампании, а также навыков принятии эффективных рекламных решений, анализа рекламных рынков России в процессе профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучение теоретических знаний в области рекламного менеджмента на потребительском рынке приобретение умений и способности их применять на практике развитие творческого мышления студентов формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Рекламный менеджмент» (Б1.Б.07) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Рекламный менеджмент», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

	ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-3: способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные подходы к сущности концепции рекламного менеджмента; особенности разработки рекламы; сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий; социально-психологические аспекты рекламной деятельности; способы организации взаимоотношений участников рекламного процесса. **Уметь:** применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта; довести рекламный продукт до сознания потребителя; эффективно размещать рекламу на различных рекламных носителях; планировать и организовывать рекламную работу на предприятии; планировать и организовывать взаимоотношения участников рекламного процесса. **Владеть:** навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.Б.08 «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: изучение теоретических знаний в области бизнес - проектирования, приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучить понятийный аппарат, связанный с бизнес – проектированием коммерческой деятельности; приобрести умения по разработке бизнес – проектов; получить знания в области организации и управления бизнес – проектированием; освоить анализ и оценку эффективности инновационных бизнес – проектов организации(предприятия)
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» (Б1.Б.08) относится к базовой части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Стратегический маркетинг», «Рекламный менеджмент», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) профессиональные (ПК):** ПК-4: готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой,

	или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** сущность бизнес – проектирования, классификацию и виды бизнес – проектов; процедуру бизнес – проектирования коммерческой деятельности; оценивать эффективность бизнес – проектов; сущность и методологию инжиниринга и реинжиниринга бизнес – процессов. **Уметь:** осуществлять бизнес – проектирование; разрабатывать самостоятельно в составе команды бизнес – проекты; контролировать выполнение бизнес – проектов и оценивать их эффективность; реализовать проекты по инжинирингу бизнес – процессов; владеть умениями разработки бизнес – проектов. **Владеть:** терминологическим аппаратом инжиниринга.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.01 «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование знаний у магистрантов по проблемам теоретических и практических аспектов международного коммерческого дела, связанных с организацией технологии внешнеторговых операций; формирование прикладных навыков по подготовке, заключению и реализации международных торговых сделок в условиях глобализации мирохозяйственных связей
Задачи дисциплины	**Задачи:** формирование знаний о содержании понятий «международное коммерческое дело», «международные коммерческие операции», «международная торговая сделка». определение основных контрагентов как субъектов международных коммерческих операций. получение навыков и умений в подготовке, заключении и исполнении международных коммерческих операций.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)» (Б1.В.01) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Международное коммерческое дело», «Маркетинг», «Организация технологии внешнеторговых операций». и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-7: способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей; ОК-9: работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на

	рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования. **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** теоретическую базу дисциплины «Международное коммерческое дело»; процедуру и технику подготовки международной торговой сделки при прямых связях между контрагентами; содержание и виды контрактов международной купли-продажи; законодательную, нормативную и справочную литературу в области международного коммерческого дела; договорно-правовой механизм внешнеэкономических операций. **Уметь:** выявлять характерные черты международных торговых сделок; оценивать деятельность на рынке фирм-конкурентов; использовать методы осуществления экспортно-импортных операций; исследовать торгово-политические средства регулирования экспортно-импортных операций. **Владеть:** навыками составления международного договора купли-продажи; информацией о подготовке, оформлении и исполнении сделки; навыками проведения рыночных исследований для осуществления международной коммерческой сделки.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.02 «Рынок товаров и услуг»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у будущих магистров целостного представления о функционировании современного рынка товаров и услуг.
Задачи дисциплины	**Задачи:** знакомство с особенностями отдельных рынков товаров и услуг; овладеть методами анализа основных процессов в системе рынка товаров и услуг; закрепить навыки исследования потребностей в товарах и услугах; получить практические навыки в применении методов исследования рынка товаров и услуг.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Рынок товаров и услуг» (Б1.В.02) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Международное коммерческое дело», «Маркетинг», «Организация технологии внешнеторговых операций». и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-5: способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности. **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров; ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные характеристики товарного рынка; основные источники получения первичной и вторичной информации о рынке. **Уметь:** различать группы потребителей; ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынка и рынках услуг, в том числе в интернете; интерпретировать имеющиеся знания о товарах и услугах; проводить анализ рынка различных товаров или услуг. **Владеть:** навыками работы с информацией о состоянии рынка товаров или услуг.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.03 «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: изучение теоретических знаний в области стратегического управления коммерческой деятельности на потребительском рынке, приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.
Задачи дисциплины	**Задачи:** разработка методологии исследования коммерческой деятельности на рынке товаров; обоснование организации составляющих коммерческой деятельности; рассмотрение коммерческих связей, концепции товаров и услуг, циклов бизнеса; установление форм взаимодействия продавца и покупателя на рынке; освещение договорной работы покупателей с поставщиками и посредниками
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке» (Б1.В.03) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг». В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций,

дисциплины у студента формируются следующие компетенции	анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-4: готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные подходы к сущности концепции рекламного менеджмента; особенности разработки рекламы. **Уметь:** оценивать рыночную ситуацию и устойчивые конкурентные преимущества торгового предприятия использовать основные средства распространения рекламы с учетом их специфических особенностей и возможностей. **Владеть:** навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.04 «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у них знаний теоретических положений и основных принципов управления рекламным процессом, умений создания и проведения рекламной кампании, а также навыков принятии эффективных рекламных решений, анализа рекламных рынков России в процессе профессиональной деятельности
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучение теоретических знаний в области рекламного менеджмента на потребительском рынке приобретение умений и способности их применять на практике развитие творческого мышления студентов формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью» (Б1.В.04) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются	**а) профессиональные (ПК):** ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);

следующие компетенции	ПК-3: способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия; ПК-4: готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные подходы к сущности концепции рекламного менеджмента; особенности разработки рекламы; сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий; социально-психологические аспекты рекламной деятельности. **Уметь:** применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта; довести рекламный продукт до сознания потребителя. **Владеть:** навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке; умением выбора рекламного менеджмента, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.05 «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: развитие у обучающихся целостного представления об анализе и проектировании товаропроводящего механизма в торговле, а также углубленного понимания состава задач торговой логистики, приобретение умений применять методы их решения в научной работе и практике
Задачи дисциплины	**Задачи:** сформировать понимание цели, задач и методов проектирования логистических систем в торговле выработать умение выполнять анализ и проектирование логистических систем управления запасами в торговле выработать умение выполнять анализ и проектирование логистических систем складирования торговых грузов
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» (Б1.В.05) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Стратегический маркетинг», «Рекламный менеджмент», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;

	ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** цели и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики содержание работ и методы проектирования логистических систем в товародвижении действующую нормативную базу проектирования логистических систем в товародвижении. **Уметь:** анализировать систему управления запасами торговой организации, анализировать систему логистического обеспечения закупок и продаж торговой организации, анализировать систему транспортно-складского обеспечения логистики торговой организации **Владеть:** современными методами анализа и проектирования логистических систем товародвижения.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.06 «Коммерческие организации и корпоративное управление ими»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у студентов фундаментальных научных знаний в теории корпоративного управления и практических навыков в данной области овладение новыми системными принципами и методами корпоративного управления; формирование новой отечественной корпоративной культуры и обоснование необходимости применения информационных систем и информационных технологий в корпоративном управлении.
Задачи дисциплины	**Задачи:** сущность теории корпоративного управления и ее роль как фундаментальной науки в общей теории управления; особенности организации управления корпорацией; механизм объединений предприятий, тактику слияний и поглощений в системе корпоративного управления.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» (Б1.В.06) относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются	**а) профессиональные (ПК):** ПК-3: способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области

следующие компетенции	профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия; ПК-4: готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные черты современной корпорации, а также порядок создания и регистрации отечественных корпораций; цели корпораций, структуру внутренней и внешней среды корпорации; **Уметь:** выявлять и анализировать проблемы корпоративного управления, в т.ч. связанные с интересами участников корпоративных отношений; обозначать различия и специфические особенности между отечественными и зарубежными корпоративными структурами; формировать стратегии корпорации. выявлять и анализировать факторы влияния монополий на экономику; **Владеть:** навыками выявления возможностей предприятия для работы на рынке и управления ими; умением выбора рекламного менеджмента, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 «Теория сетевого маркетинга»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: определение системы сбыта, функционирующей на законных основаниях, позволяющей потребителям стать распространителями и создавать новые уровни - сети.
Задачи дисциплины	**Задачи:** определение основных терминов, понятий, методов, принципов ведения эффективной сетевой деятельности. изучение процессов сетевого маркетинга в России и за рубежом. исследование механизма работы сетевой компании, отличий сетевого маркетинга от пирамиды.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Теория сетевого маркетинга» (Б1.В.ДВ.01.01) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Маркетинговые исследования», «Маркетинг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров; ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой,

	или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** историю возникновения и развития сетевого бизнеса; понятие и сущность сетевого маркетинга; понятие многоуровневого маркетинга; функции сетевого маркетинга; перечень сетевых компаний, ведущих деятельность в стране; основные предпосылки развития сетевого бизнеса; методологию сетевой деятельности; как планируется сетевая деятельность; особенности метода прямых продаж. **Уметь:** отличать друг от друга платежные планы различных сетевых компаний, особенности и специфику их формирования. **Владеть:** давать определения к основным понятиям курса; использовать различные методы при решении задач; рассчитывать многочисленные показатели-коэффициенты.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 «Коммерция и инновационно-информационные технологии»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: изучение основ организации современных инновационно- информационных технологий и их применение в коммерческой деятельности, рассмотрение основных принципов построения, внедрения и ведения специализированных информационных систем, создание у студентов целостного представления о процессах формирования информационного общества
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучить основополагающие принципы организации современных информационных технологий; овладеть пользовательскими навыками работы на персональном компьютере при использовании программного обеспечения компьютерных информационных технологий в сфере коммерции; познакомить с существующими методами использования компьютерных информационных технологий в сфере коммерции
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Коммерция и инновационно-информационные технологии» (Б1.В.ДВ.01.02) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Маркетинговые исследования», «Маркетинг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):**

	ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров; ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** теорию мотивации, познавательные процессы, психологические свойства личности; современные социологические теории. Общество и социальные институты. факторы мобильности рабочей силы и социальной мобильности. **Уметь:** осуществлять психическую регуляцию поведения и деятельности; обобщать, синтезировать и анализировать информацию; применять полученные сведения в профессиональной деятельности **Владеть:** приемами самомотивации; навыками, методами, приемами, средствами психологии личности.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 «Основы коммерческой деятельности в условиях рынка»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: изучение и практическое освоение основ коммерческой деятельности в условиях рынка, сформировать у студентов систему знаний, которая позволяет в условиях существующих правовых норм эффективно организовать и осуществлять торговую, торгово-посредническую деятельность
Задачи дисциплины	**Задачи:** ознакомиться с особенностями функционирования коммерческого предприятия в рыночной среде; приобретение студентами теоретических и практических знаний и навыков по планированию и организации процессов закупки и продажи товаров; изучить методы организации и развития коммерческой деятельности
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Основы коммерческой деятельности в условиях рынка» (Б1.В.ДВ.02.01) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий,

	результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** важнейшие экономические категории, источники доходов и прибыли предприятия, основные направления повышения эффективности хозяйственной и коммерческой деятельности; уметь определять стратегию и тактику предприятия с учетом требований рынка, его основных законов. **Уметь:** определять основные функции коммерческого предприятия и их значение. **Владеть:** основными понятиями, признаками, параметрами, свойствами производственных, экономических и организационных отношений на коммерческом предприятии.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 «Конкурентная политика коммерческих организаций»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование системы знаний у студентов, связанной с управлением конкурентоспособностью отдельных коммерческих организаций и их товаров на современных мировых рынках, выбором основных методов и инструментов обеспечения конкурентных преимуществ в системе современных мировых экономических отношений.
Задачи дисциплины	**Задачи:** рассмотрении ключевых составляющих конкурентной политики коммерческих организаций; в знакомстве со спецификой формирования и управления конкурентоспособностью; в анализе методологических аспектов функционирования монопольных и конкурентных рынков; в уточнении методических вопросов конкурентного анализа.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Конкурентная политика коммерческих организаций» (Б1.В.ДВ.02.02) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Международное коммерческое дело (продвинутый уровень)», «Рынок товаров и услуг» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью», «Коммерческие организации и корпоративное управление ими» и др.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

следующие компетенции	**б) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** современные направления развития научных исследований в сфере коммерции; особенности управления производственными и научными коллективами и основы стратегического управления предприятием. **Уметь:** исследовать заявленную (или выявленную) проблему глубоко и всесторонне, свободно владея методиками анализа коммерческих процессов и явлений разработать, описать и профессионально аргументировать свой вариант решения рассматриваемой проблемы организовать производственный или научный процесс на бесконфликтной основе оценивать результаты индивидуальной и коллективной деятельности с использованием инструментов, позволяющих охарактеризовать их эффективность. **Владеть:** навыками организации научной и производственной деятельности, методами стратегического управления приемами управления коллективом.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 «Эффективность ведения бизнеса»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний о бизнесе в Российской Федерации
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучение нормативных актов РФ, которые регламентируют предпринимательскую деятельность; изучение этапов создания организационно-правовых форм предприятий и фирм; изучение механизма функционирования предприятий и фирм; ознакомление слушателей с основами построения взаимоотношений предпринимателя с хозяйствующими партнерами.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Эффективность ведения бизнеса» (Б1.В.ДВ.03.01) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-4: способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень. **б) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **в) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций

	изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** сущность основных понятий и механизма бизнеса; основные типы и организационно-правовые формы предпринимательства, их особенности и преимущества; формы партнерства в предпринимательской деятельности; основы бизнес планирования и других аспектов управления коммерческой организации; **Уметь:** выбирать необходимую организационно-правовую форму предпринимательской деятельности; анализировать положение фирмы на рынке, определять коммерческие и некоммерческие цели в конкретных условиях; планировать работу с кадрами. **Владеть:** методами оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 «Основы взаимодействия бизнеса и государства»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области регулирования взаимодействия государства и бизнеса в сфере товарного обращения. В цели курса также входит формирование у студентов понятий о научной терминологии, связанной с теоретическими подходами и практикой реализации взаимодействия государства и бизнеса.
Задачи дисциплины	**Задачи:** ознакомление с нормативно-правовыми актами, регулирующими взаимодействия государства и бизнеса; освещение вопросов функционирования государственных органов, регулирующих сферу товарного обращения; выявление основных закономерностей взаимодействия государства и бизнеса в сфере товарного обращения.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Основы взаимодействия бизнеса и государства» (Б1.В.ДВ.03.02) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются	**а) общекультурные (ОК):** ОК-4: способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень. **б) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой,

следующие компетенции	или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **в) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные закономерности взаимодействия государства и бизнеса в сфере товарного обращения; основные особенности взаимодействия государства и бизнеса в международной практике. **Уметь:** использовать свой интеллектуальный потенциал при взаимодействии государства и бизнеса; анализировать особенности регулирования взаимодействия государства и бизнеса в сфере товарного обращения зарубежных стран. **Владеть:** навыками сравнительного анализа взаимодействия государства и бизнеса в сфере товарного обращения.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 «Международный бизнес»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у студентов системного понимания состояния и тенденций развития современной мирохозяйственной системы; методов и законов ее развития; диалектики прямых и обратных связей и взаимозависимостей изучаемого объекта
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучение мирового хозяйства как сферы предпринимательской деятельности, особенностей его функционирования в современных условиях развития мирового рынка труда и капиталов, многообразия форм рыночной экономики, международной экономической интеграции, специфики механизма регулирования международных экономических отношений.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Международный бизнес» (Б1.В.ДВ.04.01) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-7: способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей. **б) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

	ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **в) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** иметь представление об основных тенденциях в современном мировом хозяйстве; знать особенности функционирования фирм на международных рынках; уметь оценить совокупность факторов, влияющих на фирмы, действующие на зарубежных рынках; **Уметь:** оценить уровень интернационализации на предприятии и в отрасли, условия выхода предприятия на международный рынок; характеризовать основные формы международных внешнеторговых сделок; **Владеть:** способностью анализировать конъюнктуру внешних рынков; умениями выбрать стратегию международного экономического поведения.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 «Консалтинг в сфере торговли»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: формирование у студентов представлений о понятийном аппарате данной дисциплины, законах и закономерностях функционирования и развития консалтинговых процессов в сфере торговли, и умений анализировать управленческие процессы в торговой сфере современной России.
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучить мировой опыт консалтинга в сфере торговли; определить проблемы и тенденции развития консалтинга в России.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» (Б1.В.ДВ.04.02) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общекультурные (ОК):** ОК-7: способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей. **б) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-4: готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой,

	или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **в) профессиональные (ПК):** ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** стратегии маркетинга: цели, виды, критерии выбора, оценку их эффективности; управление маркетингом и организацией; принятие решений, методы анализа и формирования решений; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций. **Уметь:** выбирать стратегии маркетинга, обеспечивающие эффективное функционирование организации, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность, определять конкурентоспособность товаров и организаций. **Владеть:** выбора стратегий маркетинга, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров организаций.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.05.01 «Коммерция продовольственного рынка и сельского хозяйства»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: овладение знаниями по коммерческим операциям с учетом специфики сельского хозяйства, что позволяет выпускнику правильно с наименьшим риском осуществлять коммерческую деятельность
Задачи дисциплины	**Задачи:** ознакомление с коммерческой деятельностью связанной с переработке сельскохозяйственной продукции; ознакомление с функциями и задачами предприятий на этом сегменте рынка; освоение технологии формирования цепочки движения заказа от покупателя к продавцу на бирже
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Коммерция продовольственного рынка и сельского хозяйства» (Б1.В.ДВ.05.01) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Логистика товаропроводящих систем в торговле (проектирование)» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров; ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий

	профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** сущность и содержание понятий коммерческой деятельности в сельском хозяйстве: конкурентная политика, конкуренция, конкурентная среда, конкурентная стратегия, стратегическое планирование и их взаимосвязь в процессе развития конкурентных отношений; концепцию и принципы формирования продовольственного рынка на современном этапе; **Уметь:** быть готовым в научно-исследовательской деятельности самостоятельно выдвигать и формулировать проблемы и изыскивать пути творческого их решения; в научно-педагогической деятельности быть готовым к построению учебных курсов в зависимости от интересов аудитории, слушателей с учетом их возрастных профессиональных и иных особенностей. **Владеть:** навыками выявления конкурентных преимуществ и оценки конкурентоспособности предприятий и их продукции; умением оценки возможности создания или поиска рыночных ниш.

Аннотация учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.05.02 «Коммерческая деятельность и региональные особенности»

Цели дисциплины	**Цели** освоения дисциплины: сформировать представление об основах коммерческой деятельности, о составе задач коммерции и возможном их решении, о влиянии факторов рыночной среды на развитие коммерческой деятельности.
Задачи дисциплины	**Задачи:** изучение основных принципов, элементов и сущности коммерческой деятельности субъектов рынка; освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения; изучение методов организации и развития коммерческой деятельности; разработка методологии исследования коммерческой деятельности на рынке товаров.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина «Коммерческая деятельность и региональные особенности» (Б1.В.ДВ.05.02) относится к вариативной части, дисциплины по выбору Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг». Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и др. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: прохождения преддипломной практики и написания магистерской диссертации.
В результате освоения данной дисциплины у студента формируются следующие компетенции	**а) общепрофессиональные (ОПК):** ОПК-3: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **б) профессиональные (ПК):** ПК-1: способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;

	ПК-2: готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	**Знать:** основные экономические категории, законы и теории, показатели, их классификации и способы определения; основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия; теоретико-методологические основы организации коммерческой деятельности. **Уметь:** применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели деятельности предприятий; исследовать товарные рынки и формировать оптимальный торговый ассортимент; определять объемы закупок и продаж товаров; управлять товарными запасами. **Владеть:** навыками по оценки эффективности деятельности предприятия; навыками по составлению контрактов купли-продажи товаров; навыками моделирования коммерческих процессов.