

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ  
УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ  
100700.68 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА  
КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА  
РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

В состав основной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 100700.68 Торговое дело (магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг») входят рабочие программы всех учебных дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору магистранта.

Ниже приводится краткое описание содержания дисциплин учебного плана.

## «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

**Целью** дисциплины является формирование у магистров системы языковых знаний и коммуникативных умений и навыков практического владения иностранным языком для современного знакомства с новыми достижениями и тенденциями в соответствующей сфере профессиональной деятельности, установление контактов с зарубежными специалистами и повышения профессионального мастерства, общей культуры и культуры речи.

**Задачей** дисциплины является обучение практическому владению разговорно- деловой и научной речью и совершенствование знаний в соответствии с требованиями ФГОС.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** нормы правильного литературного произношения, лексико-грамматический строй языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, основную терминологию по соответствующей специальности; **уметь:** читать и понимать оригинальную литературу на иностранном языке в соответствующей отрасли знаний, оформлять извлеченную из иностранного источника информацию в виде перевода или резюме, вести беседу по специальности в пределах изучаемого материала.

**владеть:** навыками и умениями применять полученные знания языковых явлений в профессиональной деятельности и научной работе.

**Форма контроля: экзамен.**

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Грамматические материалы. Основные грамматические явления, необходимые для понимания оригинальной литературы по специальности и ведение беседы в сфере профессиональной деятельности. Монологическая и диалогическая речь (тематика в зависимости от выбранного направления): технический перевод, разговорный иностранный язык.

## **«КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Целью** дисциплины является формирование у магистров компетенции в области торгового дела, необходимые для решения практических задач профессиональной деятельности с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

**Задачей** дисциплины является обучение самостоятельной обработке, интегрированию и представлению результатов научно-исследовательских работ (ПК-13).

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** о современных компьютерных технологиях в коммерческой деятельности; о применении современных компьютерных технологий в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки;

**уметь:** использовать современную вычислительную технику и информационные системы в профессиональной деятельности; применять в коммерческой деятельности современные инструментальные компьютерные средства и специальное программное обеспечение в условиях массовой компьютеризации современного общества.

**владеть:** практическими навыками работы с современными программными средствами; навыками владения методами и приемами решения коммерческих задач с помощью современных информационных технологий.

**Форма контроля:** зачет.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

**Общие сведения о компьютерных технологиях.**

**Применение компьютерных технологий в коммерческой деятельности.** Обработка коммерческой информации в пакетах Microsoft Excel, Microsoft Access.

Применение программных продуктов «1С: Управление торговлей», «1С: Управление небольшой фирмой», «1С: Розница», «1С: CRM» для решения типовых задач коммерческой деятельности.

Применение компьютерных справочно-поисковых систем Гарант, Консультант+ в коммерческой деятельности.

**Моделирование коммерческой деятельности.** Специализированные пакеты программ разработки бизнес-планов: Project Expert (разработчик: Эксперт Системс), PDS Бизнес-план (разработчик: PDS ltd), Plan Business Intelligent 2011 (разработчик: Soft Intelligent Inc), Business Plan PL (разработчик: РОФЭР) – общая характеристика, принципы работы, порядок работы.

## **«ИНВЕСТИЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ»**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Привлечение инвестиций для реализации эффективных проектов является одним из наиболее важных факторов, способствующих успешному развитию национальной экономики, как на микро-, так и на макроуровне.

Теоретической основой для понимания механизма инвестиционной деятельности и сущности инвестиций служит ряд дисциплин, таких как «Экономическая теория», «Финансовый менеджмент», «Рынок ценных бумаг» и другие дисциплины.

**Цель дисциплины** – формирование у студентов прочной теоретической базы для понимания механизма инвестиционной деятельности и сущности инвестиций, а также привития практических навыков, необходимых для расчета показателей финансовой эффективности инвестиционных проектов и принятия управленческих решений в инвестиционной сфере.

Программа дисциплины «Инвестиции» подготовлена с учетом государственной инвестиционной политики. В ней отражены происходящие изменения в формировании инвестиционного климата на современном этапе развития экономики России.

**Задачи дисциплины** – ознакомить студентов с основными положениями теории инвестиций, с участниками инвестиционного процесса, критериями, применяемыми для оценки их эффективности, факторами риска инвестиционных проектов, методами их выявления, оценки и учета, способами снижения риска проектов.

### **2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

По результатам изучения дисциплины «Инвестиции» студент **должен**:

- **иметь представление**
  - об экономической сущности инвестиций;
  - об участниках инвестиционного процесса;
  - об основных нормативных актах регламентирующих инвестиционную деятельность в Российской Федерации;
- **знать**
  - причины, обуславливающие необходимость осуществления инвестиций;
  - основные источники инвестиционных ресурсов и их особенности;

- концепции и показатели, применяемые при исследовании доходности инвестиционных проектов;
- основные способы снижения риска при осуществлении инвестиций;
- права и обязанности инвесторов;

- **уметь:**

- использовать полученные знания в области теории инвестиций;
- выявлять, оценивать и учитывать риски, возникающие при реализации инвестиционных проектов;
- рассчитывать значения показателей финансовой эффективности инвестиционных проектов;
- применять полученные знания для принятия обоснованных управленческих решений в инвестиционной сфере.

**Форма контроля: зачет**

**Содержание тем дисциплины**

|  |
|--|
| <b>Раздел 1. Теоретические основы инвестиционного процесса</b> |
| Понятие инвестиций и инвестиционного проекта                   |
| <b>Раздел 2. Инвестиционная стратегия организации</b>          |
| Источники финансирования инвестиционной деятельности           |
| Инвестиционная стратегия организации                           |
| <b>Раздел 3. Анализ эффективности инвестиций</b>               |

## «МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ»

Целью освоения курса «Методология экономической науки» является формирование у магистрантов умения анализа научного знания философскими способами, представления об особенностях философской интерпретации науки и научного познания, видах наук, структуре научного знания и познания.

Задачи курса: выработать четкие представления об основных тенденциях развития современной науки; способствовать уяснению методов научного познания и обеспечить возможности их практического применения в исследовательской деятельности; усвоить знания, составляющие содержание правильной аргументации и критики, ведения полемики.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные философские категории и концепции, направления и теории в философии и социологии науки; концептуальный аппарат и основные методы научного познания; основные научные школы, направления, концепции, источники знания и приемы работы с ними; теоретические основы организации, управления научно-исследовательскими работами;

**уметь:** совершенствовать свой интеллектуальный уровень, формулировать научно-исследовательские и научно-практические проблемы и использовать эвристические методы их решения; оценивать эффективность и результаты научной деятельности; самостоятельно выполнять исследования при решении научно-исследовательских и прикладных задач с применением современных технологий, организовать научное исследование, провести его и составить адекватный отчет.

**владеть:** основами современной методологии научного познания; современными способами получения и обработки знаний; способностью к обучению новым методам исследования и технологиям.

**Форма контроля:** экзамен.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

**Раздел 1. Современные проблемы науки.** Особенности современного развития науки и ее роль в развитии современной цивилизации.

**Раздел 2. Структура научного знания.** Эмпирический и теоретический уровни познания. Процесс формирования научного знания.

**Раздел 3. Эмпирическое исследование.** Факт как единица описания. Эмпирические методы.

**Раздел 4. Теоретический уровень науки.** Проблема, гипотеза, теория. Теоретические методы.

**Раздел 5. Метатеоретический уровень.** Язык, парадигма, проблема и картина мира.

**Раздел 6. Критерии истинности и критерии научности.** Понятие и критерии истины. Критерии научности. Фальсификация и верификация.

# «ТЕОРИЯ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ»

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Маркетинг персонала торгового предприятия» при подготовке будущего магистра в области торгового дела являются:

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

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

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

Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

При изучении дисциплины студенты ознакомятся с основными положениями сетевой экономики: сетевыми формами организации деятельности и сетевыми механизмами координации экономических отношений. Рассматриваются социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями (электронная коммерция, обучающиеся организации, гипертекстовые организации, онлайн-общество, голографические организации и т.д.). Рассматривается теория взаимодействий в социально-экономических системах. Рассматриваются методы агентного моделирования, на основе которых строится теоретическая модель онлайн-общества. Рассматривается сетевая инфраструктура онлайн-обществ. Формируется статистическая база для исследования онлайн-обществ и их организаций.

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

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

- основы обеспечения экономической безопасности предприятия, в т.ч. в торговой сфере, уметь наладить работу с персоналом по предотвращению экономических преступлений;

- комплекс знаний, сформированных новой концепцией теории экономики, основанной на выделении сетевой экономики;

- знать и грамотно применять в практической работе социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями.

### **Уметь:**

- использовать знания по теории сетевой экономики, включая вопросы формирования онлайн-пространства, виртуальных организаций, сетевой координации онлайн-общества;



– разрабатывать практические решения в области управления виртуальными инструментами;

***Владеть методами, приемами:***

– необходимыми навыками практической работы по управлению виртуальной организацией и онлайн-сообществом в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка;

– знанием закономерностей формирования и развития виртуальной организации и виртуального сообщества;

– навыками организации инфраструктуры, формирования имиджа виртуальной организации и онлайн-сообщества.

### **3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (КОМПЕТЕНЦИИ)**

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

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

Результаты освоения дисциплины. Магистр должен

***Знать:***

– основы обеспечения экономической безопасности предприятия, в т.ч. в торговой сфере, уметь наладить работу с персоналом по предотвращению экономических преступлений;

– комплекс знаний, сформированных новой концепцией теории экономики, основанной на выделении сетевой экономики;

– знать и грамотно применять в практической работе социально-экономические инновации, связанные с Internet-технологиями.

– стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;

– анализ, оценку и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

– систему сетевой деятельности, создание и управление брендами;

– прогрессивные направления развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);

– анализ и оценку эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);

– анализ состояния и динамику показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований

***Уметь:***

– выбрать инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализировать и оценивать их экономическую эффективность;

– выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

– выбирать инновационные системы закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;

– разрабатывать и оценивать эффективность инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;

- разрабатывать тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозировать и оценивать их оптимальность;
- планировать и принимать решения в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценивать их эффективность;
- разрабатывать и управлять товарной политикой организации (предприятия);
- управлять внутренней и внешней логистикой торгового предприятия;
- осуществлять поиск идей, проектирование и разработку новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;
- осуществлять поиск, анализ, систематизацию и обобщение научной информации;
- разрабатывать учебно-методические материалы.

***Владеть методами, приемами:***

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

В процессе освоения дисциплины у студентов развиваются следующие компетенции:

**Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):**

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения и способен к активной социальной мобильности (ОК-4);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6);

способностью анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-7);

готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способен быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);

способностью учитывать роль психологических свойств личности в профессиональной деятельности, своевременно выявлять и разрешать конфликтные ситуации, применять основные нормы и правила современного этикета (ОК-9).

**Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):**

**торгово-технологическая деятельность:**

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-1);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-2);

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3);

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-4);

**организационно-управленческая деятельность:**

способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-5);

готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-6);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-7);

**экспертная деятельность:**

способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готов выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8);

**проектная деятельность:**

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

способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и

способностью к реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готов к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);

**научно-исследовательская деятельность:**

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11);

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12);

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13);

**педагогическая деятельность:**

способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).

**Форма контроля: зачет**

**Содержание тем дисциплины**

|   |
|---|
| Название темы   |
| Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики.          |
| Интернет инновации и их воздействие на экономику                                    |
| Построение виртуального пространства  |
| Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах |
| Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества                |
| Сетевая инфраструктура онлайн-обществ   |
| Статистическая база для исследования онлайн-обществ                                 |

## **«ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОММЕРЦИИ»**

Цель освоения дисциплины: овладение студентами магистратуры знаниями и действиями в области сбора, обработки и передачи коммерческой информации с использованием инновационных технологий, а также в проведении научного исследования в данной области по направлению «Торговое дело».

Основные задачи курса: обучение практическому владению нестандартными подходами к разрешению проблемных ситуаций на основе обширных знаний и умений в области инновационно-информационных технологий и смежных областях знаний.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** сущность коммерческой информации и информационной технологии в сфере коммерции на основе инновационного подхода; основные понятия, цели, категории и законы, имеющие место в сфере информационной технологии; основные исторические этапы развития информационной технологии в сфере коммерции; составляющие предмета информационной технологии и методы их исследования; инновационные информационные коммуникации; понятие, сущность, принципы, функции, виды, средства и методы, оценка их эффективности; системный подход к определению коммерческой информации;

**уметь:** анализировать исторические факты в эволюции информационной технологии; выражать и обосновать свою позицию по отношению к историческому прошлому сбору и обработке коммерческой информации; применять основные положения научных теорий информационной технологии в исследовании проблем коммерции и выполнении СРС; выбирать стратегии коммерции, обеспечивающие эффективное функционирование организации, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность; применять самостоятельно и в составе команды необходимые инновационные коммерческие коммуникации, выбирать необходимые для их реализации средства и методы, оценивать их эффективность; понимать и анализировать проблемы обеспечения сохранности коммерческой информации; пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий; анализировать экономические законы, статистические данные; обобщать теоретические знания и практический опыт торгового предприятия.

**владеть:** умениями выбора стратегии принятия коммерческого решения в области обеспечения информацией; методами разработки, реализации и оценки инновационных коммерческих коммуникаций; навыками изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих информационные технологии в коммерческой деятельности предприятий.

**Форма контроля: зачет**

### **Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Актуализация коммерческой информация на предприятиях торговли. Информационные технологии в сфере коммерции. Технологический процесс обработки информации информационной системы. Программное обеспечение информационных технологий. Учет торговых операций с помощью конфигурации 1С:Торговля и склад. Технические средства для информационных технологий. Информационные системы управления взаимоотношений с клиентами (CRM).

## **«ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА»**

Цель освоения дисциплины - формирование у магистров комплексных системных теоретических знаний и практических навыков, целостного подхода к планированию и прогнозированию коммерческой деятельности и развитие компетенций в области торгового дела.

Задачи курса: комплексно представить достаточный спектр хорошо зарекомендовавших себя базовых методов планирования и прогнозирования, необходимых для обеспечения эффективной работы управленческих подразделений коммерческой деятельности; дать рекомендации по использованию аналитических методов обоснования прогнозов в практике разработки управленческих решений.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** сущность, значимость и виды планирования и прогнозирования коммерческой деятельности как функции управления коммерческой организацией; - методологические основы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности; содержание и организацию процесса планирования и прогнозирования коммерческой деятельности; современные передовые приемы в этой области; методы планирования и прогнозирования количественных и качественных показателей коммерческой деятельности; методические основы оценки неопределенности и рисков в планировании и прогнозировании коммерческой деятельности;

**уметь:** сопоставлять потенциальные возможности развития коммерческой деятельности и фактическое ее состояние; анализировать, обобщать и систематизировать информацию о развитии коммерческой деятельности, выявлять тенденции и проблемы развития при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; охарактеризовать различные виды планов и прогнозов коммерческой деятельности по различным признакам; определять и анализировать показатели эффективности различных видов планов и прогнозов коммерческой деятельности; определять основные направления коммерческой деятельности, обосновывать на перспективу варианты развития коммерческой деятельности с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; организовать разработку планов и прогнозов коммерческой деятельности; оценивать условия и результаты планов и прогнозов коммерческой деятельности; оценивать и учитывать риски и неопределенности при планировании и прогнозировании коммерческой деятельности; принимать управленческие решения, направленные на снижение влияния риска и неопределенности на реализацию планов и программ; анализировать и принимать управленческие решения,

направленные на улучшение социально-экономических, финансовых результатов коммерческой деятельности в предстоящем периоде;

**владеть навыками:** сбора, обработки и анализа научно-технической, социально-экономической, финансовой, организационной (инфраструктурной) и иной информации внешнего и внутреннего характера; изучения и оценки конъюнктуры потребительского рынка и выявления перспективных направлений его развития; расчета и комплексного анализа показателей коммерческой деятельности на основе использования различных источников информации; применения современных методов диагностики, анализа и решения проблем развития коммерческой деятельности, методов принятия решений и их реализации на практике; применения методов планирования и прогнозирования коммерческой деятельности и выявления тенденций ее развития в будущем; применения современных технологий и программных продуктов для оценки результатов планов и прогнозов коммерческой деятельности; применения современных приемов и технологий в оценке и учете рисков и неопределенности в планировании и прогнозировании коммерческой деятельности; применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

**Форма контроля: зачет**

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

**Раздел 1. Теоретико-методологические основы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности:** Тема 1. Теоретические основы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности. Тема 2. Методологические основы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности. Тема 3. Типы планирования коммерческой деятельности. Тема 4. Типы прогнозирования коммерческой деятельности.

**Раздел 2. Разработка и реализация планов и прогнозов коммерческой деятельности:** Тема 5. Этапы планирования и прогнозирования коммерческой деятельности. Тема 6. Планирование и прогнозирование объемных и качественных показателей коммерческой деятельности. Тема 7. Методика составления бизнес-плана.

**Раздел 3. Учет и оценка влияния факторов риска и неопределенности в планировании и прогнозировании коммерческой деятельности:** Тема 8. Методы оценки влияния факторов риска и неопределенности в планировании и прогнозировании коммерческой деятельности. Тема 9. Применение программных продуктов в планировании и прогнозировании коммерческой деятельности.



# «КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ»

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Конкурентоспособность организаций и товаров» при подготовке будущего бакалавра в области маркетинга являются:

Подготовка выпускников к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками.

Подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем.

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

Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Данная дисциплина входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин. Реализуется в седьмом семестре в объеме 90 час.

При изучении дисциплины студенты ознакомятся с понятием конкуренции и историей ее развития, законом конкуренции и конкурентными силами в отрасли, источниками и методами сбора информации, способами анализа конкурентоспособности различных объектов (товара, маркетинговой деятельности, организации), особенностями управления конкурентными преимуществами и конкурентными стратегиями.

Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами, на следующих дисциплинах: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность».

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

- основные особенности развития конкурентной среды на различных рынках;
- факторы, влияющие на конкурентоспособность;

- научные подходы, применяемые при анализе конкурентоспособности объекта;
- сущность и механизм управления конкурентными преимуществами предприятия;
- способы разработки конкурентных стратегий.

*Иметь навыки:*

- работы с документами в коммерческой и исследовательской деятельности;
- проведения конкурентного анализа;
- принятия решений по способам ведения конкурентной борьбы,
- планирования сбора маркетинговой информации;
- использования основных методов анализа конкурентоспособности объекта.
- расчета показателей эффективности торговой деятельности предприятия.

*Иметь представление:*

- об общесистемных особенностях экономического явления конкуренции;
- о специфических чертах различных объектов анализа конкурентоспособности;
- о современной системе управления конкурентными преимуществами;
- о механизмах эффективного управления конкурентоспособностью объекта.

### **3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (КОМПЕТЕНЦИИ)**

В результате освоения дисциплины «Конкурентоспособность организаций и товаров» бакалавр приобретает знания, умения и опыт, соответствующие результатам основной образовательной программы.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

***Знать:***

- основные особенности развития конкурентной среды на различных рынках;
- факторы, влияющие на конкурентоспособность;
- научные подходы, применяемые при анализе конкурентоспособности объекта;
- сущность и механизм управления конкурентными преимуществами предприятия;
- способы разработки конкурентных стратегий.

***Уметь:***

- работать с документами в коммерческой и исследовательской деятельности;
- проводить конкурентный анализ;
- принимать решения по способам ведения конкурентной борьбы,

- планировать сбор маркетинговой информации;
- использовать основные методы анализа конкурентоспособности объекта.
- расчета показателей эффективности торговой деятельности предприятия.

***Владеть методами, приемами:***

- владеть методами исследования и анализа товарных рынков;
- владеть навыками организации деятельности по конкурентному анализу предприятий в условиях турбулентной экономики;
- владеть приемами организация процесса сбора маркетинговой информации на рынке товаров и услуг.
- владеть современными способами управления конкурентными преимуществами;
- владеть методами эффективного управления конкурентоспособностью объекта.

В процессе освоения дисциплины у студентов развивается ряд компетенций.

**Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);

- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);
- осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-9);
- способностью анализировать исторические факты, философские проблемы (ОК-10);
- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели (ОК-11);
- способностью применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умением реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды (ОК-12);
- владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-13);
- способностью вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-14).

**Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК).**

*Общепрофессиональными:*

- способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2).

*Торгово-технологическая деятельность:*

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-5);
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
- способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-7).

*Организационно-управленческая деятельность:*

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11);
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);

– готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14).

*Логистическая деятельность:*

– готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15).

*Научно-исследовательская деятельность:*

– способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);

– способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17).

*Проектная деятельность:*

– способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-18);

– готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-19).

**Форма контроля: зачет**

**Содержание тем дисциплины**

|   |
|---|
| Понятие и история развития конкуренции            |
| Закон конкуренции и конкурентные силы в отрасли   |
| Источники и методы сбора информации о конкурентах |
| Конкурентный анализ                               |
| Анализ КСП товара                                 |
| Анализ КСП маркетинговой деятельности             |
| Анализ КСП организации                            |
| Управление конкурентными преимуществами           |
| Конкурентные стратегии                            |

## «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

**Целью** освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющие принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Инновационная коммерческая деятельность» в области стратегического маркетинга.

**Основные задачи** курса: изучение принципов реализации стратегического подхода в управлении маркетинговой деятельностью фирмы; обучение студентов методологиям формирования пирамиды маркетинговых стратегий фирмы; формирование умений разработки стратегии развития маркетингового комплекса фирмы; формирование у магистров навыков достижения стратегических конкурентных преимуществ фирм; выявление особенностей различных подходов к разработке стратегической доктрины в соответствии со спецификой их целевых рынков, а также состава необходимых для её реализации функциональных стратегий маркетинга.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** термины и показатели стратегического маркетинга; принципы и методы осуществления стратегической маркетинговой деятельности субъектов рынка; структуру основных направлений стратегической маркетинговой деятельности; теоретические и концептуальные подходы к организации стратегии маркетинга предприятий;

**уметь:** осуществлять креативную разработку комплекса стратегий компании по продвижению её товарных брендов; разрабатывать стратегические планы по их реализации; организовывать и проводить различные виды маркетинговых исследований; оценивать емкость рынка; обеспечивать стратегические конкурентные преимущества предприятия; разрабатывать стратегии развития маркетингового комплекса фирмы;

**владеть:** навыками: проведения анализа структуры потребностей и емкости целевых рынков; сегментирования целевых аудиторий потребителей; позиционирования товарных брендов относительно конкурентов на уровне различных ассортиментных линеек; прогнозирования уровней потенциального и платёжеспособного спроса; проведения полевых и кабинетных маркетинговых исследований.

**Форма контроля:** зачет.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

**Раздел 1. Общие принципы реализации стратегического подхода в управлении маркетинговой деятельностью фирмы:** Предмет и содержание дисциплины. Содержание стратегической маркетинговой деятельности фирмы.

**Раздел 2. Методология формирования пирамиды маркетинговых**

**стратегий фирмы:** Конкурентоспособность в достижении стратегических целей фирмы. Стратегии управления продуктовым портфелем фирмы. Стратегии развития маркетингового комплекса фирмы.



## «ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

**Цель** освоения дисциплины. Усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций студентов в области инновационных маркетинговых коммуникаций.

**Основные задачи** курса: углубленное изучение места и роли современных средств маркетинговой коммуникации в системе продвижения товаров и услуг на рынке; концептуальное осмысление постоянно изменяющейся коммуникационной среды маркетинга, как необходимого условия эффективного бизнеса компании; освоение логики организации мирового и российского медиа рекламного рынка, понимание его ключевых субъектов: рекламодателей, коммуникационных агентств, владельцев медиа, исследовательских компаний; знание теоретических основ и современных прикладных технологий в области стратегических бренд-коммуникаций, медиа планирования; спонсорства и событийного маркетинга; оценки эффективности коммуникационных программ компании; особенностей планирования в Интернет среде маркетинга и др.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** теоретические основы, инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций; алгоритм разработки программы маркетинговых коммуникаций; способы продвижения маркетинговых коммуникаций в интернете, монитизации инновационных интернет-проектов; особенности, принципы работы с социальными медиа, использования популярных социальных сетей в целях продвижения товаров и услуг; условия обеспечения эффективности инновационных маркетинговых коммуникаций;

**уметь:** осуществлять выбор структуры комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций, использовать инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности; разрабатывать и реализовывать программы инновационных маркетинговых коммуникаций; проводить исследования инноваций в Интернет-коммуникациях; анализировать, оценивать эффективность каналов коммуникации; принимать и разрабатывать решения в современных бизнес-условиях; оценивать и обеспечивать эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций;

**владеть:** *навыками:* определения сильных и слабых сторон инструментов маркетинговых коммуникаций, выбора структуры комплекса инновационных коммуникаций; разработки программ инновационных маркетинговых коммуникаций, рекомендаций по основным направлениям реализации программы маркетинговых коммуникаций; применения

инструментов инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности; определения концепции монетизации, разработки модели монетизации конкретного проекта; разработки и принятия успешных решений в сфере инновационных маркетинговых коммуникаций; обеспечения эффективности маркетинговых коммуникаций.

**Форма контроля: зачет**

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Раздел 1. Теоретические основы инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 2. Инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 3. Инновации в Интернет-коммуникациях Раздел 4.

Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций

## «РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

**Цель** освоения дисциплины. Усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций магистров в сфере рекламного менеджмента.

**Основные задачи** курса: изучение практических методов рекламного менеджмента; формирование представления о рекламном менеджменте, как о науке и искусстве, базирующейся на анализе обратной связи; ознакомить магистров с публичными рилейшнз (ПР), как методикой разработки стратегии рекламной компании, показать отличие ПР от пропаганды и торговой рекламы; добиться четкого знания функций рекламы, а также дать обзор основных направлений и инструментов рекламы.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** теоретические основы рекламного менеджмента, рекламные стратегии; особенности управления рекламой, рекламной деятельностью, рекламной кампанией; методы планирования, организации, контроля рекламной деятельности; условия обеспечения эффективности управления рекламной деятельностью; модель современного менеджера в рекламном бизнесе, обязанности и должностные инструкции рекламного менеджера; специфику формирования управленческих умений и навыков;

**уметь:** управлять рекламоспособностью товара, жизненным циклом рекламы; реализовывать на практике функции рекламного менеджмента (планировать, организовывать, регулировать, контролировать рекламную деятельность); применять современные эффективные формы и методы управления рекламной деятельностью; планировать рекламный бюджет, разрабатывать управленческие решения по бюджету рекламы; обеспечивать эффективность управления рекламной деятельностью;

**владеть навыками:** управления рекламоспособностью товара, жизненным циклом товара и жизненным циклом рекламы; планирования, организации и контроля рекламной деятельности; разработки управленческих решений по бюджету рекламы; определения влияния маркетинговых параметров рекламной деятельности на эффективность рекламы; обеспечения эффективности управления рекламной деятельностью.

**Форма контроля:** экзамен.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Раздел 1. Теоретические основы рекламного менеджмента

Раздел 2. Функции рекламного менеджмента Раздел 3.

Эффективность управления рекламной деятельностью

## **«БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Цели и задачи** освоения учебной дисциплины: ознакомить студентов с базовыми вопросами планирования и проектирования бизнес процессов, методами управления проектами и проектными рисками, технологиями проектирования коммерческой деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» обучающиеся должны:

**знать:** методы и технологии составления бизнес-планов; основные этапы бизнес-проектирования; особенности планирования в отдельных видах бизнеса;

**уметь:** работать на персональном компьютере со средствами операционных систем и оболочек; использовать современное программное обеспечение для автоматизации процессов планирования; производить анализ и оценку проектных рисков;

**владеть навыками:** анализа бизнес среды; исследования и анализа рынка; составления бизнес проектов коммерческой деятельности; работы с персональным компьютером на высоком пользовательском уровне.

**Форма контроля:** зачет.

**Содержание дисциплины. Основные разделы.**

Тема 1. Основные понятия бизнес проектирования

Тема 2. Производственная система как объект проектирования

Тема 3. Законы и закономерности производственной системы Тема 4.

Виды проектов. Классификация проектов Тема 5. Теория жизненных циклов в управлении проектом Тема 6. Организационное

проектирование Тема 7. Методы управления проектом Тема 8.

Управление проектными рисками

## «СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»

**Целью** дисциплины является формирование у магистров компетенций в области стратегического управления коммерческой деятельностью и навыков практического владения конкретными видами стратегий, исходя из текущих особенностей функционирования и развития действующей организации.

**Задачей** дисциплины является обучение практическому навыку разработки плана стратегического развития организации.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, разработки стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности путем аудита профессиональной деятельности;

**уметь:** анализировать и оценивать бизнес-среду организации, эффективность ее хозяйственной деятельности, разрабатывать стратегии, контролировать ее реализацию и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности

**владеть:** методиками анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, разработки стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности путем аудита профессиональной деятельности

**Форма контроля:** экзамен.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

**Раздел 1. Концепция стратегического управления коммерческой деятельностью:** Общая характеристика стратегического управления. Сущность стратегического управления. Особенности стратегического управления. Процесс стратегического управления. Основные принципы стратегического управления.

**Раздел 2. Миссия и цели коммерческой организации:** Понятие и значение миссии организации. Цели и задачи организации. Качество целей. Дерево целей.

**Раздел 3. Стратегический анализ коммерческой деятельности:** Понятие и этапы стратегического анализа. Анализ внешней среды. Анализ внутренней среды. Анализ конкурентных преимуществ. Анализ конкурентов. Анализ портфеля продукции. Матрица: «Рост – доля рынка». Проведение анализа среды. Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды. Методы анализа среды.

**Раздел 4. Разработка стратегического плана коммерческой деятельности компании:** Сущность стратегического планирования. Стратегический план организации. Бюджетирование. Выработка стратегии и определение стратегии фирмы – выполнение и контроль стратегии.

**Раздел 5. Реализация стратегии коммерческой деятельности**

**организации:** Организация выполнения стратегии. Мотивация достижения стратегических результатов. Стратегический контроль. Взаимодействия человека и организации. Подходы и способы установления взаимодействия человека и организации.

**Раздел 6. Виды стратегий коммерческой деятельности:**

Конкурентные стратегии. Родовые (генерические) стратегии М. Портера. Концепция БКГ, GE/McKensey и др. Маркетинговые подходы к созданию нового продукта. Маркетинговая стратегия продукта фирмы.

## «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ В УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»

**Цель** дисциплины заключается в формировании у студентов базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области инновационного управления коммерческой деятельностью предприятий и организаций.

В соответствии с данной целью основными **задачами**, решаемыми в рамках данного курса являются: овладение теоретическими основами инновационного менеджмента; изучение методов управления коммерческой деятельностью; изучение методов анализа стратегического развития инноваций; исследование инструментов и механизмов, формирования и реализации инновационных стратегий; ознакомление с теорией и методологией инновационного анализа; обсуждение результатов, достигнутых в теории и практике реализации инноваций управления коммерческой деятельностью.

В результате изучения учебной дисциплины (модуля) обучающиеся должны:

**знать:** основные теории инновационного менеджмента, содержание и взаимосвязь основных элементов процесса инновационного управления; принципы виды и методы прогнозирования и планирования инновационного развития; основные методы оценки и управления инновационными рисками; разрабатывать системы мероприятий по снижению негативных последствий; основные элементы формирования и реализации инновационных стратегий коммерческой деятельностью на микроуровне; основные элементы формирования и реализации инновационных стратегий на макроуровне, систему государственного планирования и прогнозирования инновационной деятельности;

**уметь:** планировать и прогнозировать инновационную деятельность; оценивать инновационные риски при формировании стратегии коммерческой деятельности; разрабатывать инновационные стратегии управления на предприятии;

**владеть:** методами формулирования и реализации инноваций в управлении на уровне бизнес-единицы; методами прогнозирования и планирования инновационной деятельности; методами оценки и управления инновационными рисками; методами формирования и реализации инновационных стратегий коммерческой деятельности на предприятии.

**Форма контроля:** экзамен.

**Содержание дисциплины. Основные разделы**

Раздел 1. Инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты.

Раздел 2. Государственное управление торговлей и инновациями в

коммерции.

Раздел 3. Организация инноваций в управлении коммерческой деятельностью

Раздел 4. Методы и приемы инновационного управления коммерческой деятельностью.

Раздел 5. Оценка эффективности инновационных проектов в управлении бизнесом



## «ПСИХОЛОГИЯ»

**Цель** изучения дисциплины: сформировать у магистров специфику восприятия психологических знаний в субъектно-деятельностном подходе.

**Задачей** дисциплины является формирование научно – педагогического стиля мышления у магистра, в общем, а в частности – умению разрабатывать определенные критерии оценки параметров анализа деятельности.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** предмет, цели и задачи психологии деятельности; основные принципы деятельностного подхода;

**уметь:** анализировать основные психологические теории с позиции деятельности; исследовать индивидуальные и возрастные особенности личности как субъекта деятельности; управлять процессом учебной деятельности и сознательно формировать индивидуальный стиль трудовой деятельности; анализировать и рефлексировать свою деятельность в качестве преподавателя высшей школы.

**владеть:** навыками анализа трудовой деятельности по единицам; поиска и отбора материала для подготовки к лекционному и семинарскому занятию; управления процессом преподавания и формирования индивидуального стиля деятельности.

**Форма контроля: зачет.**

Дисциплина предполагает изучение следующих тем: Предмет, задачи и методы психологии. Возникновение и развитие психологических воззрений. Основные направления развития научной психологии. Русская психологическая мысль. Психика как продукт работы мозга и ее развитие в филогенезе. Сознание как высшая ступень развития психики. Ощущение, восприятие и внимание. Память, мышление и воображение. Психологическая структура личности. Личность и деятельность. Коммуникативное поведение в организации. Невербальные элементы в общении. Стресс и устойчивость персонала в экстремальных условиях. Характеры, способности и совместимость. Психодиагностика: общие положения. Методики изучения внутригрупповых отношений. Эмоции. Предмет педагогической психологии ее связь с педагогикой.

## «ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ»

**Цель** дисциплины – формирование теоретических знаний и практических навыков в области товароведения и экспертизы товаров, необходимых, для организации приемки, товародвижения и реализации товаров, формирования ассортимента, предупреждения фальсификации, соблюдения правил торговли однородных групп товаров, требований к маркировке и упаковке, режимам и срокам хранения, транспортированию и реализации, а также обеспечение прав потребителя на приобретение качественных и безопасных товаров, соответствующих требованиям национальных и международных стандартов, технических регламентов и других нормативных и технических документов.

**Задачи** дисциплины: изучение основных национальных и международных нормативно-правовых документов в области системы товарного менеджмента, качества и безопасности товаров; защиты прав потребителей; ознакомление с системой классификации товаров и основными видами классификаторов, классификацией, свойствами и показателями ассортимента; усвоение теоретических знаний в области систематизации и кодирования товаров; изучение номенклатуры потребительских свойств товаров и методов оценки и контроля качества; анализ товарных потерь на этапах товародвижения; ознакомление с требованиями к марке товаров, видами и типами упаковки; изучение требований к видам и формам товарной информации; освоение требований к транспортированию и хранению товаров, обеспечивающих сохранение потребительских свойств товаров; ознакомление с видами и методами экспертизы товаров; изучение системы подтверждения соответствия товаров в России, анализ зарубежного опыта; ознакомление с основными принципами метрологии, используемыми в торговле.

В результате освоения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные Федеральные законы, нормативные и технические документы, регулирующие качество и безопасность товаров; правила классификации, систематизации и кодирования товаров; свойства и показатели ассортимента; номенклатуру потребительских свойств товаров и методы оценки и контроля качества; градации качества; виды товарных потерь; международные системы управления качеством и безопасностью товаров, требования к безопасности товаров; способы установления фальсификации товаров; требования к товарной информации, маркировке и упаковке товаров, виды и типы упаковок; режимы и сроки хранения товаров; процедуру проведения экспертизы и подтверждения соответствия товаров.

**уметь:** работать с нормативной и технической документацией в области качества, маркировки, хранения и приемки товаров; определять

сроки хранения (годности, реализации) товаров; устанавливать причины потерь товаров; контролировать требования к товарной информации; определять показатели ассортимента, организовывать экспертизу товаров; проводить процедуру подтверждения соответствия; работать с классификаторами товаров; использовать знания в области метрологии в торговой деятельности.

**владеть:** навыками организации проведения экспертизы качества и безопасности товаров, принятия оптимальных алгоритмов решений при приемке и реализации товаров; навыками анализа ассортимента товаров, определения видов потерь, анализа условий и сроков хранения в торговом зале и складских помещениях; методами информационной идентификации, процедурой поверки измерительного и торгового оборудования.

### **Форма контроля: экзамен**

#### **Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Основные понятия в области товарной экспертизы. Принципы товарной экспертизы. Отличие товарной экспертизы от других видов оценочной деятельности. Виды и типовые задачи товарной экспертизы. Объекты экспертизы: основные и дополнительные. Товары, как основные объекты экспертизы. Субъекты экспертизы товаров: физические и юридические лица. Эксперты, главные эксперты, консультанты, ведущие специалисты, экспертные организации, органы по сертификации, испытательные лаборатории и центры, дегустационные советы, экспертные комиссии. Средства экспертизы товаров: материально-технические средства и источники (средства) информации о товарах. Средства измерения и обнаружения. Источники информации о товарах: документы, маркировка, специальная литература. Правила организации и производства экспертизы товаров в экспертной организации. Правовые основания для производства экспертизы. Основания для отказа в проведении экспертизы. Правила оформления, порядок подачи и регистрации заявки (постановления или определения правоприменительных органов) на проведение экспертизы. Права, обязанности и ответственность руководителя экспертной организацией. Принятие решения о производстве экспертизы или об отказе. Заключение договора на производство экспертизы между заказчиком и экспертной организацией. Правила оформления, порядок регистрации и выдачи эксперту наряда на производство экспертизы. Исследование экспертом объектов экспертизы. Права, обязанности и ответственность эксперта. Правила оформления, порядок регистрации, учета и выдачи заказчику акта экспертизы (или заключения эксперта). Требования к составлению акта экспертизы (или заключения эксперта). Правила и сроки хранения архивного акта экспертизы (или заключения эксперта), копий всех

документов, фиксирующие ход, условия и результаты экспертизы, иллюстрирующих материалов в экспертной организации. Правила хранения объектов, поступивших на экспертизу. Особенности организации и проведения дополнительной, повторной и контрольной экспертиз. Экспертиза продовольственных и непродовольственных товаров.

## «ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТОВАРОПРОИЗВОДЯЩИХ СИСТЕМ В ТОРГОВЛЕ НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИКИ»

Сформировать компетенции обучающегося в области анализа и проектирования товаропроводящего механизма в торговле необходимые для углубленного понимания состава задач торговой логистики и порядка их решения.

Задачей дисциплины является сформировать компетенции: готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; подготовленность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9); способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и способностью к реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готов к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10).

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** цели и задачи службы логистики в торговой компании; основные направления логистической оптимизации транспортных процессов в торговле; основные направления сервиса поставок в торговле; основные информационные продукты, обеспечивающие поддержку функционирования логистических систем в торговле; методику планирования и проектирования товаропроводящих систем в торговле.

**уметь:** анализировать систему управления материальными потоками на предприятии торговли; анализировать систему управления запасами предприятия торговли; анализировать систему складирования предприятия торговли; анализировать систему транспорта предприятия торговли; анализировать систему логистического сервиса предприятия торговли; анализировать информационное обеспечение логистического менеджмента предприятия торговли; формулировать задачу развития логистической системы предприятия торговли; формулировать требования к информационным системам, транспорту, а также к системам хранения и складской обработки грузов с целью оптимизации сквозных логистических процессов.

**владеть:** методами анализа материальных потоков на предприятии торговли; современными информационными технологиями.

**Форма контроля:** экзамен.

**Содержание дисциплины. Основные разделы:**

Раздел 1. Цели, задачи и методы проектирования логистических систем

в торговле

Раздел 2. Проектирование систем управления запасами в торговой логистике

Раздел 3. Проектирование информационного обеспечения торговой логистики

## **«ОЦЕНКА БИЗНЕСА»**

### **1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины**

Изучение дисциплины «Оценка бизнеса» преследует несколько целей:

- сформировать у студентов знания о теоретических, методических и практических подходах к оценке стоимости бизнеса.
- научить студентов конкретным подходам, используемым в оценке бизнеса, которые регламентируются российскими стандартами оценки, с помощью которых можно оценить инвестиционную привлекательность проекта в целом, а также принять управленческие решения относительно купли-продажи.

Задачами изучения дисциплины «Оценка бизнеса» являются:

- ознакомить студентов с историческими аспектами становления развитие оценочного бизнеса в различных странах, в том числе в России;
- рассмотреть основные нормативные и правовые акты, регулирующие оценку бизнеса в России;
- ознакомить с основными подходами и методами оценки стоимости бизнеса;
- научить студентов применять теоретические знания в практической деятельности при определении стоимости объекта собственности в конкретных условиях рынка в определенный период времени.

### **2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин:

- Экономический анализ (ОК-1, ОК-4, ОК-6, ОК-15, ПК-15, ПК-25, ПК-50, ПК-52, ПК-53);

В дисциплине «Оценка бизнеса» определяются теоретические основы и практические навыки, при освоении которых студент способен приступить к изучению следующих дисциплин в соответствии с учебным планом:

- Контроль и ревизия (ОК-1, ОК-6, ПК-2, ПК-14, ПК-15, ПК-25, ПК-28, ПК-29, ПК-33)
- Экономическая безопасность (ОК-1, ОК-6, ПК-14, ПК-15, ПК-25, ПК-27, ПК-53).

### **3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины**

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- способностью действовать в соответствии с Конституцией Российской Федерации, руководствуясь принципами законности и патриотизма (ОК-1);
- способностью соблюдать требования законов и иных нормативных правовых актов, нетерпимо относиться к коррупционному поведению (ОК-6);
- способностью обосновывать выбор методик расчета экономических показателей (ПК-2);
- способностью реализовывать мероприятия по получению юридически значимой информации, анализировать и оценивать ее, эффективно использовать в интересах выявления рисков и угроз экономической безопасности, предупреждения, пресечения, раскрытия и расследования преступлений и иных правонарушений в сфере экономики (ПК-14);
- способностью выявлять, документировать, пресекать и раскрывать преступления и иные правонарушения в сфере экономики (ПК-15);
- способностью организовывать и проводить проверки финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов (ПК-25);
- способностью оценивать эффективность формирования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов, выявлять и пресекать нарушения в сфере государственных и муниципальных финансов (ПК-27);
- способностью оценивать эффективность систем внутреннего контроля и аудита (ПК-28);
- способностью анализировать показатели финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов, организаций и учреждений различных форм собственности (ПК-29);
- способностью готовить отчеты, справки и доклады по результатам выполненных исследований (ПК-53).

В результате изучения учебной дисциплины «Оценка стоимости бизнеса» обучающиеся должны:

***Знать:***

- понятия, цели, принципы и технологии оценки стоимости бизнеса;
- подходы и методы оценки, их использование в практике ведения бизнеса.

***Уметь:***



- проводить расчёты стоимости предприятия с использованием общепринятых подходов и методов оценки;
- интерпретировать результаты оценки стоимости бизнеса;
- применять результаты оценки в анализе деятельности предприятия и принятии управленческих решений.

**Владеть:**

- методикой сбора и подготовки информации для оценки
- экономико-математическими методами и моделями оценки стоимости предприятия
- методами дисконтирования денежных потоков
- методами и моделями определения ставки дисконтирования
- методом капитализации прибыли
- методами оценки отдельных активов.
- методами сравнительной оценки стоимости предприятия
- методикой разработки модели управления стоимостью предприятия
- методом оценки по чистым активам, методом ликвидационной стоимости
- методом построения матрицы управления активами и стоимостью. методами анализа результатов инвестиционной деятельности

**Форма контроля: экзамен.**

**Содержание тем дисциплины**

| № п/п | Наименование раздела, темы учебной дисциплины               | Содержание раздела, темы в дидактических единицах   |
|-------|---|---|
| 1     | Тема 1. Организация оценочной деятельности в РФ             | Необходимость оценочной деятельности в рыночной экономике. Регулирование оценочной деятельности в РФ. Нормативные документы, регулирующие оценочную деятельность. Виды стоимости и объекты оценочной деятельности. Обязательность проведения оценки. Договорные отношения в оценочной деятельности. Права и ответственность оценщика и заказчика. Обязательные требования, предъявляемые к договору об оценке. Независимость оценщика. Требования к содержанию отчета об оценке. Страхование ответственности оценщика. Саморегулирование оценочной деятельности. Контроль за осуществлением оценочной деятельности. |
| 2     | Тема 2. Цели и принципы оценки стоимости компании (бизнеса) | Компания как объект оценки. Цели оценки стоимости компании (бизнеса). Основные концепции оценки стоимости компании (бизнеса): причины и характер различий. Основные понятия оценки стоимости компании и их соотношение: справедливая, фундаментальная (внутренняя), инвестиционная, балансовая, ликвидационная стоимости. Основные шаги процесса оценки стоимости компании (бизнеса). Понятие и предпосылки классического подхода построения алгоритма оценки стоимости компании.   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 3 | Тема 3. Доходный подход к оценке бизнеса и его методы                      | <p>Сущность доходного метода. Экономическое содержание метода дисконтированного денежного потока (ДДП). Понятие денежного потока. Виды и модели расчета денежного потока. Дисконтирование. Ставка дисконта. Оценка риска.</p> <p>Метод капитализации дохода: экономическое содержание, основные этапы, границы применения метода.</p>  |
| 4 | Тема 4. Сравнительный подход к оценке бизнеса и его методы.                | <p>Общая характеристика сравнительного подхода. Методы сравнительного подхода. Требование к информации о компании для применения сравнительного подхода. Критерии выбора компаний-аналогов. Расчет и финансовый анализ финансовых коэффициентов сопоставимых компаний. Достоинства и недостатки сравнительного подхода. Выбор и вычисление ценовых мультипликаторов. Зависимость мультипликатора от отрасли экономики.</p> <p>Метод рынка капитала: сфера применения, определение базы для сравнения, скидки и премии. Преимущества и ограничения метода.</p> <p>Метод сделок: область применения, основные этапы. Достоинства и недостатки метода.</p> <p>Метод отраслевых коэффициентов: специфика и алгоритм расчета рыночной стоимости бизнеса. Преимущества и недостатки.</p> |
| 5 | Тема 5. Затратный подход и его роль в современной практике оценки бизнеса. | <p>Экономическое содержание метода чистых активов. Условия применения, основные этапы метода. Достоинства и недостатки.</p> <p>Интеллектуальный капитал как важнейший фактор оценки бизнеса в условиях новой экономики. Методы оценки нематериальных активов.</p> <p>Оценка недвижимости. Особенности недвижимости. Методы капитализации дохода и дисконтирования денежных потоков. Метод сравнительного анализа продаж. Затратный подход к оценке недвижимости.</p> <p>Оценка машин и оборудования, товарно-материальных ценностей, дебиторской задолженности, финансовых</p>   |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   |   | <p>активов. Выведение величины стоимости бизнеса методом чистых активов.</p> <p>Метод ликвидационной стоимости: экономическое содержание, условия применения, основные этапы. Расчет ликвидационной стоимости.</p>   |
| 6 | Тема 6. Оценка стоимости компании (бизнеса) на основе экономической прибыли.    | <p>Экономическое содержание концепции экономической прибыли и этапы ее становления. Сфера применения концепции экономической прибыли. Источники экономической прибыли. Необходимые коррективы к данным отчетности для выявления величины экономической прибыли. Экономическая добавленная стоимость (EVATM) – форма экономической прибыли. Модели определения EVA. Добавленная рыночная стоимость (MVA). Факторы создания EVA. Использование EVATM для оценки и управления стоимостью компании. Преимущества и недостатки EVATM. Экономическое содержание и сфера применения показателя акционерной добавленной стоимости (SVA). Факторы, влияющие на величину SVA. Оценка стоимости компании с помощью показателя SVA. Использование SVA для управления стоимостью компании. Достоинства и недостатки SVA.</p>                        |
| 7 | Тема 7. Оценка стоимости компании (бизнеса) на основе метода реальных опционов. | <p>Совокупный капитал компании как комбинация опционов. Собственный (акционерный) капитал как опцион на покупку. Условия применения метода реальных опционов в оценке бизнеса. Использование модели оценки опционов Блэка-Шоулза для оценки собственного капитала, ее ограничения. Использование модели Блэка-Шоулза для оценки заемного капитала компании. Биномиальная модель как метод оценки стоимости собственного капитала, ее преимущества, особенности и границы применения. Стоимость компании, имеющей опцион на отсрочку. Стоимость компании, имеющей опцион на рост (расширение). Особенности оценки стоимости собственного капитала компаний традиционных отраслей, высокотехнологичных и финансово-неустойчивых компаний методом реальных опционов. Границы использования метода реальных опционов в оценке бизнеса.</p> |
| 8 | Тема 8. Оценка бизнеса в процессе реструктуризации                              | <p>Оценка как практический инструмент проведения реструктуризации компании. Процедура оценки бизнеса в процессе реструктуризации. Определение объектов, подлежащих оценке. Выбор подходов и методов оценки. Оценки долгосрочных финансовых вложений, как объектов реструктуризации. Оценки права требования, дающего возможность получения контроля над другим предприятием (бизнесом) как объекта реструктуризации. Специфика оценки непрофильного бизнеса, в процессе реструктуризации компании.</p>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 9 | Тема 9. Оценка бизнеса в системе антикризисного управления | Цели, функции и роль оценки стоимости предприятия в системе антикризисного управления. Случаи, в которых Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» предусмотрено проведение независимой оценки. Виды стоимости предприятия, применяемые для целей антикризисного управления. Реализация основных принципов оценки в процессе антикризисного управления. Выбор подходов и методов оценки стоимости, характерных для различных процедур антикризисного управления. Специфика оценки стоимости компании в случае ликвидации |
|---|--|--|

## **«АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА»**

### **1. Цель, задачи и предмет дисциплины**

Сторонами (субъектами) в этих правовых отношениях являются государство, негосударственные коммерческие структуры (в большей степени) и физические лица (в меньшей степени). Возникающие между ними отношения на предусмотренных законодательством Российской Федерации основаниях (юридических фактах) носят системный, комплексный, многоуровневый и многовекторный характер.

Продолжительность их действия определяется многими факторами. Поэтому рассматриваемые отношения одновременно могут регулироваться нормами как частного, так и публичного права, а именно: административного, конституционного, гражданского, финансового, банковского, таможенного, бюджетного, уголовного, уголовно-процессуального, гражданско-процессуального, арбитражно-процессуального и других отраслей российского права.

Программа курса подготовлена, прежде всего, на базе действующей Конституции Российской Федерации. При ее составлении в максимальной степени были учтены новые законы и подзаконные акты, отражающие сущность возникающих под регулирующим воздействием административно-правовых основ различных форм взаимодействия государства и бизнеса на современном этапе формирования и развития рыночных отношений.

Как отдельная учебная дисциплина специальный курс «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» сочетает в себе элементы многих отраслей знаний, в том числе: теории государства и права, конституционного (государственного) права, административного права, муниципального, трудового, гражданского права, финансового права, уголовного права и процесса и ряда других.

В то же время, специальная учебная дисциплина «Административно-

правовые основы взаимодействия государства и бизнеса», тесно связанная с другими юридическими дисциплинами имеет сугубо индивидуальные отличия. Основные из них заключаются в нестабильности, изменчивости ее предмета, а также постоянном обновлении, обогащении правового арсенала, используемого органами государственной власти (прежде всего - органами исполнительной власти) Российской Федерации.

**Целью изучения специальной учебной дисциплины «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» является:** формирование у студентов целостного понимания назначения, содержания, закономерностей и особенностей регулирования предпринимательской деятельности в современном российском государстве и обществе, а также приобретение ими навыков и умения ориентироваться при решении конкретных практических задач.

**Задачи специальной учебной дисциплины «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса»:**

- освоение методик поиска необходимой информации, формирование источниковой и библиографической базы, понятийного аппарата, для обеспечения их юридически грамотного использования в изучаемой области общественных отношений;
- творческое осмысление изучаемого материала и на основе полученных знаний выработка собственного личностного видения сущности правового регулирования происходящих в государстве управленческих процессов, которое обуславливает возможность более глубокого понимания характера взаимосвязи государства и бизнеса;
- удовлетворение объективно возникающей потребности в дальнейшем самостоятельно более глубоко изучить предмет административного права, выявление и попытка имеющихся проблем правового регулирования разрешения организации и деятельности органов государственной власти в сфере действия бизнеса;

- изучение вопросов правового регулирования с учетом современных условий и развивающихся на их фоне тенденций; анализ становления и развития соотношения сфер государственного и негосударственного управления; выявление проблем применения государством методов убеждения и принуждения, а также особенностей правового статуса субъектов предпринимательской деятельности.

**Предмет изучения** - общественные отношения, урегулированные нормами права и возникающие в ходе организации работы по взаимодействию бизнесу субъектов и государством, а также по практической реализации полномочий органов государственного управления Российской Федерации в изучаемой сфере их действия.

## **2. Требования, предъявляемые к уровню освоения содержания специальной учебной дисциплины «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса»**

В процессе усвоения учебной программы по специальному курсу «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» в РГТЭУ студент должен:

а) **иметь представление:** о месте и роли изучаемого специального курса в системе других учебных юридических дисциплин; о роли государственного управления Российской Федерации в формировании институтов рыночной экономики; о системе, структуре и компетенции специальных и правоохранительных органов;

б) **знать:** субъекты предпринимательской деятельности Российской Федерации; механизм правового регулирования, формируемый государством; основные принципы организации и деятельности органов государственной власти, обладающих контрольно-надзорными полномочиями по отношению к субъектам предпринимательской деятельности; их основные формы и методы деятельности; содержание и

способы обеспечения законности с одной стороны - в деятельности специально уполномоченных органов государства, а с другой стороны – субъектов предпринимательской деятельности;

в) **уметь использовать:** полученные познания в области взаимодействия государства и бизнеса при решении конкретных ситуаций, анализе отдельных правовых норм;

г) **владеть:** навыками выполнения процедурных и при необходимости процессуальных действий, связанных с практическим осуществлением деятельности предпринимательских структур и органов государственной власти.

Успешное изучение курса специальной учебной дисциплины «Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса» возможно лишь при самостоятельной систематической работе студентов (слушателей) над источниками изучаемого специального курса, учебной, научной и учебно-методической литературой, а также над анализом имеющейся практики (в том числе и процессуальной), связанной с разрешением правовых коллизий и конкретных споров.

Учебный процесс включает лекционные, семинарские, тематические дискуссии и деловые игры, индивидуально-контрольные собеседования, консультации с преподавателем и проведение тестирования студентов. В ходе усвоения содержания настоящей специальной дисциплины студентам (слушателям) необходимо использовать знания, полученные ими при изучении других юридических дисциплин.

**Форма контроля: экзамен.**

**Содержание тем дисциплины**

| Наименование тем  |
|---|
| 1. Государство, право и экономика современной России                      |
| 2. Сущность экономических отношений при ведении плановой экономики в СССР |



|  |
|--|
| <b>3. Сущность экономических отношений в условиях рыночной экономики России</b>  |
| <b>4. Государство и бизнес (предпринимательство) в современной России</b>  |
| <b>5. Высокий уровень науки и образования – необходимое условие эффективного развития бизнеса (предпринимательства) в современной России</b> |
| <b>6. Трудовые и сырьевые ресурсы - как необходимое условие успешного развития бизнеса (предпринимательства) в современной России</b>        |
| <b>7. Банковский бизнес в современной России</b>   |
| <b>8. Налоговая политика государства в отношении бизнеса (предпринимательства) в современной России</b>                                      |
| <b>9. Социальная функция и ответственность бизнеса (предпринимателей)</b>  |
| <b>10. Способы и методы обеспечения экономической безопасности в современной России</b>  |

## «МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС»

**Целью** дисциплины является изучение особенностей организации и осуществления внешнеэкономической деятельности и содержание международной коммерции.

**Задачи** дисциплины: рассмотреть основные категории и понятия коммерческо-посреднической деятельности; сформировать понятия ВЭД, раскрыть ее сущность и содержание; рассмотреть процесс построения и регулирования международной коммерческой деятельности.

В результате освоения дисциплины магистранты должны:

**знать** составляющие международной коммерческой деятельности и коммерческих операций, методы международной торговли, общепринятые формы организации международной коммерческой деятельности, основные приёмы регулирования и стимулирования экспортно-импортных операций, условия международных поставок товаров, методы страхования от экономических и политических рисков при осуществлении международных коммерческих операций, научные принципы и процессы, лежащие в основе внешнеэкономической деятельности; правовые основы построения международной коммерческой деятельности,

**уметь** правильно ориентироваться в постоянно изменяющейся обстановке международного рынка и вести коммерческую работу, нацеленную на получение прибыли, используя основные формы и приёмы международной коммерции, составлять бизнес-проект по формированию и развитию внешнеэкономических связей; оценивать результативность международной коммерческой деятельности, выявлять и оценивать факторы, действующие на мировой рынок и международную торговую систему

**овладеть навыками** оценки тенденций развития мировой торговой системы, профессиональной аргументации выбора контрагентами параметров международной коммерческой сделки.

**Форма контроля:** зачет.

**Содержание дисциплины. Основные разделы**

Международный бизнес на современном этапе. Внешняя среда ведения бизнеса. Основные организационные формы ведения бизнеса. Многонациональные компании в современном международном бизнесе. Место и функции малого и среднего предпринимательства в международном бизнесе. Виды внешнеторговых операций (ВТО). Заграничные прямые инвестиции: причины, значение, формы. Валютно-финансовые операции как элемент международного бизнеса. Международный маркетинг: сущность, отличия от маркетинга на внутристрановом уровне. Принципы управления финансами фирмы при осуществлении международного бизнеса. Формы расчетов в международной торговле. Управление человеческими ресурсами

фирмы. Конкурентоспособность в международном бизнесе.  
Внешнеэкономическая деятельность на уровне региона.

## «КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Консалтинг в сфере торговли» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по вопросам организации и осуществления консалтинга в сфере торговли, необходимых для правильной ориентации в вопросах оказания консультационных услуг, подбора консалтинговых организаций и заключения консультационных договоров.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 100700.68 «Торговое дело» дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» относится к дисциплинам по выбору вариативной (профильной) части профессионального цикла.

Дисциплина базируется на знаниях, имеющихся у студентов при получении высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавриата.

Для качественного усвоения дисциплины студент должен:

- знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представления о корпоративных информационных системах и базах данных; типы организационных структур в сфере торговли, их основные параметры и принципы их.
- уметь: проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; применять информационные технологии для решения управленческих задач.

Дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» опирается на следующие дисциплины: современные проблемы науки, методология экономической науки, инновационный механизм управления коммерческой деятельностью, стратегический маркетинг на рынке товаров и услуг

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе изучения дисциплины «Консалтинг в сфере торговли»

Дисциплина «Консалтинг в сфере торговли» направлена на формирование у студентов профессиональной компетенции: «Подготовленность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности» (ПК-9).

В результате освоения дисциплины студент должен:

*Знать:*

- теоретические основы, задачи и методы консалтинга в сфере торговли; особенности и характеристики консалтинговой деятельности; особенности российского рынка консалтинга; методические приемы управленческого консалтинга в сфере торговли.

*Уметь:*

- осуществлять подбор информации, необходимой для выполнения консалтингового проекта;
- использовать полученные знания для осуществления консультационной деятельности.

*Владеть:*

- методами управленческого консультирования и активно применять их на практике.

**Форм контроля: зачет.**

### **Содержание тем дисциплины**

**Понятие консультационной деятельности и консультационной услуги.**

**Предмет и метод консалтинга в сфере торговли.**

**Виды консультационных услуг.**

**Методы и качество консультационных услуг.**

**Научно-методический подход к качеству консультационных услуг.**

**Классификация методов консультирования.**

**Состояние российского рынка консалтинга.**

**Основные виды консалтинговых организаций, существующих на современном этапе.**

**Отраслевой спрос на консалтинг.**

**Оценка консультационных услуг.**