Соловьёв Сергей Владимирович
Подписано цифровой подписью: Соловьёв Сергей Владимирович
Дата: 2023.12.08 11:12:15 +03'00'

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ

ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

38.04.06. ТОРГОВОЕ ДЕЛО

НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

БЛОК 1.ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)
О1. ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.01 «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: - обучение основам делового общения на иностранном языке в устной и письменной форме в типичных ситуациях; - практическое владение специальным языком, применимом во всех видах бизнеса. - формирование основ делового общения на иностранном языке; - овладение бизнес-лексикой и языковыми клише; - изучение вопросов, связанных с пониманием национально-исторических особенностей социокультуры стран изучаемых языков; - приобретение обучающимися достаточно полного представления о бизнес-реалиях; - реализация воспитательного потенциала иностранного языка, проявляющегося в готовности выпускников содействовать налаживанию межкультурных связей, представлять свою страну на международных конференциях и симпозиумах.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК 4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК 5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; ОПК 2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; ОПК 3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен знать: - общепринятые формы коммерческого письма и резюме; - структуру коммерческого письма; -бизнес-реалии, финансовую и банковскую терминологию; - культурные традиции делового общения в странах изучаемых языков; уметь: - правильно составлять деловые письма; - грамотно и корректно вести деловую переписку; - работать с источниками информации (текущей прессой, письмами, телеграммами, рекламными проспектами); - общаться по телефону; -устраивать деловые встречи, презентации; - применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. - критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы

	обращения. владеть: - основными языковыми клише, относящимися к различным видам бизнеса; -профессиональными основами речевой коммуникации (аудирование, чтение, говорение, письмо); -лексическим минимумом ключевых слов, которые содержат основную информацию делового общения; - навыками работы с коммерческой корреспонденцией (письмо, факс, телекс, электронная почта, запрос, заказ, рекламации и другие). - навыками применения инструментальных методов сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	1 Просто общение. Типичная светская беседа. Беседа с иностранным гостем. 2 Разговор по телефону. Предварительный звонок. Как оставить сообщение. Автоответчик. Как назначить встречу. Как закончить разговор. 3 Деловые письма. Структура делового письма. Письмо – напоминание. Рекомендательное, рекламационное письмо. Отказное письмо. Памятная записка. Факс. Основные сокращения, используемые в деловой корреспонденции. 4 Устройство на работу. Анкета, сопроводительное письмо, резюме и CV, интервью, благодарственное письмо. 5 Деловая поездка. Бронирование отеля. Транспорт. Аренда машины или заказ такси. 6 Прибытие в страну. Таможенный и паспортный контроль. В аэропорту, на вокзале, расписание, городской транспорт. 7 Проведение собраний и совещаний. Бизнес-ланч. Как организовать и завершить бизнес-ланч. 8 Официальные встречи. Начало встречи. Язык встреч. 9 Организация презентации. Язык презентации. 10 Основные термины. Электронная почта. Сеть – как коммерческий механизм. 11 Финансовая и банковская документация. Финансовые документы. Отчеты, баланс, кассовые поступления и отчисления, активы и пассивы. 12 Возможные трудности, возникающие при деловом общении. 13 Общение на рабочем месте. Общее правило. Денежные отношения. Вежливый язык общения. 14 Как сказать «нет». Как выразить неуверенность, благодарность за просьбу. Лучше поздно, чем никогда. 15 Как открыть сберегательный счёт в банке. Обналичивание чека 16 Как добиться успеха 17 Банковское дело и местная валюта 18 Организация международных выплат
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02 «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»

ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Формирование у обучающихся современного экономического мышления и высокого уровня экономической культуры, создающих необходимые возможности для принятия правильных управленческих решений, включающих в себя: выяснение принципов и законов экономического развития; раскрытие основных экономических категорий; анализ механизма функционирования экономических систем, в особенности изучение методов деятельности отдельной фирмы и народного хозяйства в целом; анализ функционирования механизма современной рыночной экономики; изучение основ экономической политики; формирование цельной позиции по отношению к экономической политике правительства РФ; осуществление критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; приобретение обучающимися навыков применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах.
ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах.
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Знать: -основные экономические законы и категории; -универсальные экономические взаимосвязи и закономерности, базовые экономические категории, их сущностное содержание применительно к современной рыночной экономике; -механизмы развития различных экономических явлений и процессов; -основные результаты современной микроэкономической теории; -теорию потребительского поведения; -теоретико-игровые модели рынка несовершенной конкуренции; -методологию принятия экономических решений в условиях неопределенности и риска; -теорию общественного благосостояния и равновесия в условиях внешних эффектов; -назначение основных макроэкономических показателей; -основные теории и модели реального экономического роста; -модели динамики инфляции и безработицы; -политику центрального банка; -особенности макроэкономической модели открытой экономики переходного периода; -современные макроэкономические проблемы российской экономики; -рычаги стабилизационной политики в закрытой и открытой экономике. Уметь: -работать с литературными источниками, давать объективную и всестороннюю оценку современного уровня развития экономики

	(цены и объемы выпуска и потребления конкретных благ, состояние отдельных рынков, распределение ресурсов между альтернативными целями); -систематизировать и обобщать экономическую информацию; -выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; -разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; -выявлять резервы увеличения производства и разрабатывать основные направления повышения его экономической эффективности в условиях рыночных отношений; -проводить анализ программ социально-экономического развития, определять стратегии развития хозяйствующих субъектов и их подразделений; -пользоваться методами измерения главных макроэкономических показателей; -соотносить и сравнивать достижения разных экономических школ в разработке тех или иных категорий и концепций макроэкономической теории; -логически и последовательно излагать свои мысли, делать правильные обобщения, выводы и предложения; -участвовать в дискуссиях при обсуждении отдельных вопросов управленческой экономики. Владеть: -навыками творческого анализа современной экономической деятельности, осмысления сути хозяйственных процессов, происходящих в экономике.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Введение в управленческую экономику Тема 2. Фирма и ее поведение Тема 3. Анализ спроса, предложения и потребительского поведения Тема 4. Анализ производства Тема 5. Анализ затрат и стратегия управления Тема 6. Понятие и виды инфляции как многофакторного процесса Тема 7. Анализ безубыточности Тема 8. Конкуренция и монополия на рынке Тема 9. Экономическое развитие, рост и структурные изменения Тема 10. Модернизация экономики РФ и ее ориентиры в начале XXI века
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции и практические занятия.
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.03 «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА В ТОРГОВЛЕ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) Информационные технологии и программные средства в торговле являются: базовая подготовка обучающихся в области компьютерных и информационных технологий, формирование целостного представления о современных компьютерных технологиях, теоретических знаниях и практических навыках, необходимых для использования компьютерных технологий в коммерческой деятельности.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач. ПК–5. Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен: Знать: - аппаратные и программные средства современных компьютерных систем; - возможности доступа к удаленным информационным ресурсам и их использования; - направления разработки новых компьютерных систем, средств доступа и управления; - направления разработки новых программных средств; - проблемы защиты информации от несанкционированного доступа; Уметь: - ставить задачи и курировать создание информационных технологий и внедрение их в деятельность коммерческих предприятий; - прогнозировать эффект от внедрения информационных технологий. - использовать информационные технологии для повышения эффективности личного труда. - оценивать информационный ресурс систем для принятия управленческих решений. Владеть: - способностями подготовки и создания баз данных и операций с ними, - умениями решения задач предметной сферы, с использованием возможностей информационных технологий; - навыками использования возможностей локальных и глобальной сети Интернет для решения профессиональных задач.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Общие сведения о компьютерных и информационных технологиях; Тема 2. Автоматизированные рабочие места; Тема 3. Компьютерные сети; Тема 4. Системы обработки информации; Тема 5. Информационные сети и электронный обмен данными.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ	Модульное тестирование

ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04 «СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является - освоение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области стратегического планирования; - изучение структуры и содержания разделов и общих рекомендаций по разработке планов стратегического развития; - освоение компьютерных технологий, используемых при составлении плана;
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - -, теоретические основы стратегического планирования; области применения и основные направления развития стратегического планирования; - основные научные подходы и методики расчета показателей для составления экономических разделов планов - методы и модели стратегического планирования торговых предприятий; - основные виды стратегий, современные подходы и способы их разработки и реализации в деловой практике торговых предприятий. Уметь: - количественно и качественно оценивать базовый уровень развития торговых предприятий; - рассчитывать и обосновывать показатели, необходимые для составления экономических разделов стратегических планов; - работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимыми для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур - самостоятельно обрабатывать и анализировать полученные данные, делать обоснованные выводы; - осуществлять мониторинг хода реализации планов стратегического развития, корректирует отклонения, вносит дополнения и изменения; - представлять публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях Владеть: - методами стратегического планирования деятельности торгового предприятия; - современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; - навыками проведения самостоятельных исследований стратегического характера в соответствии с разработанной программой; - навыками анализа различных источников информации для проведения экономических расчетов планов стратегического развития

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Методы планирования. Тема 2. Основы стратегического планирования. Тема 3. Стратегические ресурсы Тема 4. Стратегии роста торгового предприятия Тема 5. Функциональные стратегии торгового предприятия
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.05 «МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В КОММЕРЦИИ»

ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: овладение обучающимися знаниями и действиями, направленными на формирование рынка участниками коммерческого товарооборота, анализ, оценку, а также методологию и методические подходы к созданию новых знаний по решению актуальных проблем коммерции, использование передового коммерческого опыта в развитии предприятий.
ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать • универсалии и основные положения методологии науки; • методические основы научно-исследовательской работы и научного творчества; • основные элементы технологии научно-исследовательской деятельности, методы и технику проведения теоретических и эмпирических научных исследований, основы теории эксперимента; Уметь • идентифицировать научную проблему, формулировать цель и научную задачу исследований, определять методы ее решения; • планировать научное исследование; • работать с научной информацией, осуществлять прогнозирование результатов и показателей; • проводить эксперименты, получать и обрабатывать экспериментальные данные, формулировать обоснованные выводы; • исследовать разноплановые процессы и явления на основе системного анализа, проводить их моделирование и правильно интерпретировать его результаты; • разрабатывать библиографическое описание используемых источников научной информации, оформлять результаты исследования, писать научные статьи и разрабатывать тезисы выступлений и презентации по результатам выполненных исследований, осуществлять их публичную защиту; •применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; •критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения. Владеть • навыками выявления и формулирования актуальных научных проблем; • методами и инструментами проведения исследований и анализа их результатов; • методами разработки моделей процессов, явлений и объектов в исследуемой области, оценки и интерпретации результатов моделирования; • методами поиска, сбора и обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования.

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Принципы, формы и способы научного познания Тема 2. Теоретический и эмпирический уровни научных исследований Тема 3. Алгоритм научного исследования в сфере коммерции Тема 4. Общенаучные и специфические методы исследования в коммерции Тема 5. Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы, публикация и защита результатов исследования
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Реферат, модульное тестирование
ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Экзамен, курсовая работа

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.06 «СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является овладение обучающимися знаниями в области коммерческой деятельности, а также действиями, которые будут способствовать ее совершенствованию на предприятиях АПК.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности;
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать: механизм стратегического управления коммерческой деятельностью на потребительском рынке; компьютерные технологии, основные направления их использования в профессиональной научной деятельности, современные средства обработки информации глобальные информационные системы, экспертные системы, компьютерные сети, системы автоматизированного управления; уметь: выбирать стратегии управления коммерческой деятельностью на потребительском рынке, обеспечивающие эффективное функционирование коммерческих организаций; применять компьютерные технологии, глобальные информационные системы и системы автоматизированного управления в профессиональной, научной и педагогической деятельности на продвинутом уровне; владеть: умениями выбора стратегий управления коммерческой деятельностью на потребительском рынке; методами разработки, реализации и оценки корпоративного управления; компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1 Сущность, функции стратегического управления в коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке. Содержание и структура стратегического управления. Эволюция стратегического управления Тема 2 Анализ внешней среды коммерческой организации Тема 3 Управленческий анализ Тема 4 Портфельный анализ Тема 5 Конкурентные преимущества коммерческих предприятий Тема 6 Диверсификация Тема 7 Управление стратегическими возможностями
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Экзамен, курсовая работа

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.07 «КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) - комплексное изучение вопросов культуры и искусства народов мира, их взаимосвязи и взаимовлияния в историческом прошлом и современном мире; - формирование у обучающихся знаний о социальных и культурных различиях представителей разных культур; - умений использовать основы культурологических знаний для формирования мировоззренческой позиции, толерантно воспринимая социальные и культурные различия.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: - сущность, основные этапы развития мировой и отечественной культуры, основные задачи, методы и средства культурологии; - социальные и культурные различия представителей разных культур: - закономерности интеллектуальной культурологической деятельности, познания; - теоретические основы выработки навыков самоорганизации и самообразования: - основные внеперсональные нормы коммуникации: знаковые системы, общие значения, общепринятые ассоциации, общекультурные установки, закономерности творческого, художественного, рационального мышления. - принципы научной работы с информацией, основные социальные факторы развития личности, основы социальных, гуманитарных и экономических наук; - российский и международный опыт в профессиональной деятельности; - духовно-нравственные ценности личности и модели нравственного поведения в профессиональной деятельности; уметь: - использовать основы культурологических знаний для формирования мировоззренческой позиции; - толерантно воспринимая социальные и культурные различия; - применить основные теоретические знания по дисциплине «Культурология» в коммуникативном процессе; - уметь работать с разнообразной информацией, имеющей отношение к культуре, анализировать, обобщать и сравнивать ее смысловую основу; - применять на практике общенаучные методы познавательной деятельности; - находить, анализировать, адекватно воспринимать и обобщать информацию; адекватно оценивать свой профессиональный и личностный потенциал и реальный уровень развития; использовать эти знания при решении социальных, культурных и профессиональных задач;

	- осуществлять отбор диагностических средств для определения уровня сформированности духовно-нравственных ценностей; - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; владеть: - навыком анализа разнообразных мировоззренческих культурологических концепций; - навыками сравнительного анализа различных культурно-исторических типов; - основами описания, анализа, презентации памятников художественной культуры. - культурой мышления, навыками развития личности, стремлением к постоянному росту в профессиональном и личностном плане, методами анализа социально и культурно значимых проблем и процессов; - навыками самоорганизации и самообразования: - навыками работы в команде: - навыками налаживания конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Раздел 1: Теория культуры - Введение в культурологию. Культура: сущность, понятие, функции. - Типология культур Раздел 2. История мировой и отечественной культуры - Первобытная культура - Античная культура - Феодальная культура - Буржуазная культура - Современная культура - Русская культура: типологическая характеристика
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет

Б1.В. ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01 «БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В АПК»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины являются: овладение знаниями и действиями, направленными на формирование рынка участниками коммерческого товарооборота, анализ, оценку и методические подходы к решению актуальных проблем коммерции, использование опыта коммерции в развитии предприятий.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК-4 Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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 Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: - методологию бизнес-проектирования для принятия обоснования бизнес-идеи и формирования бизнес-модели; - теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес - планирования на предприятии; - содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана. - законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность организаций; - этапы и механизм организации бизнес-проектирования; - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; уметь: - обосновывать бизнес-модель, исходя из анализа различных вариантов в целях определения стратегии развития предприятия; - проводить анализ и оценку бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности; - разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов; использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов («Project Expert» и др.) - обосновывать методическое и информационное обеспечение для координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; владеть: - специальной экономической терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины; - методами исследования и анализа тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты

	профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), прогнозирования и моделирования объектов изучения; - методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - методикой бизнес-проектирования предпринимательской деятельности и практическими навыками разработки бизнес-планов предприятия; - современными методами планирования и управления в бизнесе.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Введение в бизнес-проектирование Тема 2. Основы бизнес-проектирования Тема 3. Технология бизнес-проектирования Тема 4. Инструментарий бизнес-проектирования
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02 «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК»

ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является освоение обучающимися знаний, получение практических навыков в области организации и управлении рекламной деятельностью в АПК.
ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	ПК 2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации; ПК 4 Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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 Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны: знать: - сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий в АПК; - социально-психологические аспекты рекламной деятельности; - основные признаки классификации рекламных средств и их применение на рынке рекламы; - способы организации взаимоотношений участников рекламного процесса; - методы организации и планирования рекламных кампаний; - функции рекламной деятельности; - стратегии в рекламной деятельности в АПК; - порядок контроля за рекламной деятельностью; 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; - планировать и организовывать проведение рекламных кампаний; - разрабатывать и реализовывать стратегии рекламной деятельности в АПК; - составлять рекламные тексты и объявления; - оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий в АПК. владеть: - приёмами расчёта показателей рекламной деятельности организаций; - методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер и отраслей.

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	1. Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение Понятие рекламной деятельности. Система информационного обеспечения рекламы. Сущность, черты, задачи и функции рекламы. Классификация рекламы. Критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы. Классификация рекламных средств. 2. Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке. Рекламные агентства: понятие, функции, типы. Организационная структура рекламного агентства. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятиях АПК. Организация и планирование рекламных кампаний в АПК. 3. Оценка эффективности рекламной кампании. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы. 4. Основы медиапланирования. Основные этапы медиапланирования. Рекламный бюджет и методы его разработки. Распределение рекламного бюджета. 5. Регулирование рекламной деятельности. Необходимость регулирования рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности за рубежом. Роль Федерального закона РФ «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Международный кодекс рекламной практики.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б.1.В.03 «ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины «Инновационные маркетинговые коммуникации» при подготовке обучающихся являются: - подготовка обучающихся 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 обучающихся к проектной деятельности в области разработки и реализации новых конкурентоспособных товаров и услуг, ассортимента товаров, форм и средств рекламы, стратегии развития логистики организации и бренд-технологий; - подготовка обучающихся 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 обучающихся к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия профессиональных компетенций; ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации; ПК-4. Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать: - основные понятия курса; - содержание каждой инновационно-маркетинговых коммуникаций; типологию разработки инновационно-маркетинговых коммуникаций; - виды инновационно-креативных средств и инструментов коммуникационного маркетинга; - различные инновационные подходы в профессиональной деятельности, сущность, принципы, функции, виды, средства и методы, оценка их эффективности. Уметь: - устанавливать контакты и организовывать общение с представителями научного и профессионального сообщества в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии; - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществлять их реализацию; - разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации; - осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации; - осуществлять контроль за реализацией стратегии и оценивать ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности

	(коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - создавать мотивационную и ценностную базу инновационно-маркетинговых коммуникаций; - использовать приемы создания инновационно-креативных маркетинговых коммуникаций; - проектировать мероприятия по продвижению с использованием инновационно-креативных средств и инструментов коммуникационного маркетинга; - выявлять, оценивать и анализировать риски в профессиональной деятельности коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения. Владеть: - методиками, применяемыми при закупках и продажах товаров; - методами и технологиями организации и планирования кампаний продвижения с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций экономики.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Понятие, сущность и функции маркетинговых коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Традиционные и инновационные коммуникации. Причины появления инновационных маркетинговых коммуникаций Маркетинг-МИКС и инновационные маркетинговые коммуникации. Структура комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций. Российский и мировой опыт инноваций в маркетинговых коммуникациях
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 «АГРОМАРКЕТИНГ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины является –- обучение обучающихся владению научными знаниями и практическими навыками по организации маркетинговой деятельности предприятий и организаций АПК в рыночных условиях; –- формирование у обучающихся методологических снов управления агромаркетингом; –- освоение обучающимися методов разработки стратегии предприятия для повышения его эффективности и использования их результатов в профессиональной деятельности.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны: Знать: - сущность и основные принципы агромаркетинга; - роль агромаркетинга в экономике АПК; - теоретические основы и методологические приемы изучения конъюнктуры аграрного рынка; - формы и методы организации продажи товаров и формирования спроса. Уметь: - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию; - разрабатывать политику ценообразования в организации; - разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации; - осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации; - проводить комплексный маркетинговый анализ; - разрабатывать программы маркетинговой деятельности для предприятий АПК. Владеть: - современными методами изучения аграрного рынка; - критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние аграрного рынка. - навыками изучения прогрессивных направлений развития профессиональной маркетинговой деятельности.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	1. Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России 2 Функции агромаркетинга 3 Организация маркетинговой деятельности 4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции 5. Организация процесса товародвижения продукции АПК 6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию 7. Маркетинговые коммуникации в АПК
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	лекции, практические занятия

ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	модульное тестирование.
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
Б1.В.05 «КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является формирование у обучающихся основ экономических знаний об основных базовых элементах в современной системе оказания консалтинговых услуг в сфере торговли, особенностях и тенденциях ее развития в современных условиях.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК-3 Способен 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 Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: - содержание основных понятий – консалтинг, консалтинговые услуги; - систему организации оказания консалтинговых услуг в сфере торговли; - состав и структуру международных консалтинговых организаций; - виды и характеристику консалтинговых услуг в сфере торговли; уметь: - проводить анализ состояния и перспектив развития консалтинга; - прогнозировать перспективные тенденции развития международного консалтинга; - ориентироваться в особенностях представления консалтинговых услуг в сфере международной торговли; владеть: - теоретическими аспектами консалтинга в сфере торговли; - методикой расчета количественных показателей в оценке эффективности предоставления консалтинговых услуг в сфере торговли; - методами прогнозирования перспективных тенденций развития торговли.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Консалтинг как сфера бизнеса. Тема 2. Организация оказания консалтинговых услуг. Тема 3. Стадии консалтингового процесса. Тема 4. Специфика консультирования в разных областях деятельности. Тема 5. Используемые методики и технологии в консалтинговом процессе. Тема 6. Международные консалтинговые организации. Состояние и перспективы развития консалтинга.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ	зачет

ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.06 «ЭКОНОМИКА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) являются: - изучения данной дисциплины состоит в том, чтобы изучить вопросы спроса и предложения, ценообразования при различных моделях рынка, сбыта, механизмов формирования и развития агропродовольственного рынка, а также процессы функционирования рынков отдельных видов сельскохозяйственной продукции, продуктов ее переработки и ресурсов; - в процессе обучения, обучающиеся развивают и углубляют навыки формирования маркетинговой стратегии организации с учетом конъюнктуры агропродовольственного рынка; - предполагается совершенствование инструментария экономического анализа применительно к исследованию рыночных структур, углубление понимания закономерностей функционирования отраслей, рынков и взаимоотношения фирм-участников, исследование природы стратегического взаимодействия компаний, изучение пределов государственного вмешательства в функционирование агропродовольственного рынка.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; ПК-5 - Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; - бизнес-технологии профессиональной деятельности; - тенденции изменения конъюнктуры агропродовольственного рынка. Уметь: - осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности; – исследовать и анализировать результаты профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), - прогнозировать и моделировать объекты изучения. - оценивать бизнес технологии с использованием научных методов. Владеть: – специальными методами анализа информации в области коммерции и маркетинга; – навыками анализа тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; – специальной терминологией в области экономики агропродовольственного рынка; – навыками самостоятельно определить приоритеты личностного и профессионального роста.

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	1. Экономическая сущность агропродовольственного рынка 2. Развитие конкуренции на агропродовольственном рынке. Логистический подход к организации товародвижения в АПК 3. Ценообразование на продукцию АПК и факторы производства Рынок производственных ресурсов 4. Рынок производственных и финансовых ресурсов 5. Рынок продукции сельского хозяйства и продуктов ее переработки 6. Государственное регулирование агропродовольственного рынка
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Рейтинговое тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.07 «ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: – освоение теоретических основ и инструментария теории отраслевых рынков; – обучение практическим приемам и методам определения состояния отраслевых рынков и работы на них; - определение и реализация приоритетов собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки; - разработка и реализация маркетинговых программ, управление маркетинговой деятельностью организации.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации ПК – 3. Способен 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
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - основы теории отраслевых рынков; - систему показателей, характеризующих состояние отраслевых рынков; - факторы, определяющие современное состояние отраслевых рынков в России и за рубежом; - методы государственного регулирования отраслевых рынков; Уметь: - количественно и качественно оценивать состояние отраслевых рынков; - определять перспективы развития отраслевых рынков; - определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации; - 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 Владеть: - современными методами изучения отраслевых рынков; - критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние отраслевых рынков; - навыками выполнения расчетов, необходимых для всестороннего анализа состояния отраслевых рынков; - навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований.

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы; Тема 2. Асимметричная информация как фактор монопольной власти; Тема 3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция; Тема 4. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения; Тема 5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке; Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Рейтинговое тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.08 «ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины являются: - изучение особенностей организации закупочной деятельности; - исследование методологии, научной базы организации и управления закупками, их тактические и стратегические аспекты; - организация закупок для государственных и муниципальных.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК-1 – Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - концептуальные положения управления закупками в коммерческой деятельности, - оперативные и стратегические вопросы закупочной деятельности, -особенности осуществления государственных и муниципальных закупок. Уметь: - создавать и использовать информационную базу для управления закупками в коммерческой деятельности; - формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка; - организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта товаров; - организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров; - управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке; - организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров; - анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятия; Владеть: - терминологическим аппаратом торгового дела; - алгоритмом принятия решения о совершении сделки, касающейся закупки; -навыками осуществления коммерческих операций в инфраструктуре рынка; - знаниями правил розничной и оптовой торговли и продажи отдельных товарных групп населению; - способностью распознания и оценки различных факторов опасности с учетом общепринятых критериев; - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в организации коммерческой деятельности. -
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ	Тема 1. Концептуальные положения управления закупками в коммерческой деятельности; Тема 2. Оперативные решения в закупочной деятельности;

ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 3. Стратегические аспекты закупочной деятельности; Тема 4. Аналитический инструментарий для принятия решений в области закупок; Тема 5. Особенности управления закупочной деятельностью государственных и муниципальных заказчиков.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.09. «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: - расширение теоретических знаний обучающихся о системе ценообразования; - изучение методов ценообразования и форм дифференциации цен; - знакомство с нормативно-правовой базой применения и контроля цен; - формирование практических навыков решения прикладных задач в области ценообразования на агропродовольственном рынке; - овладение методиками ценообразования на различных типах рынков; - исследование, анализ, прогнозирование и моделирование тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации ПК - 4. Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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. Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - понятийный аппарат учебной дисциплины (модуля) «Ценообразование на агропродовольственном рынке» (термины и их определения); - теоретические основы ценообразования на различных типах рынков; - принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики; - основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования; - методы ценообразования на агропродовольственном рынке; - способы прямого и косвенного государственного регулирования цен. Уметь: - правильно выбирать цели, методы и стратегии ценообразования для внутренних и международных рынков; - определять стоимость, полезность товара; - классифицировать факторы ценообразования; - рассчитывать цены на основе различных методов ценообразования; - использовать стратегии ценообразования исходя из оценки рыночных условий; - разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы,

	управлять маркетинговой деятельностью организации. Владеть: - навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований; - навыками самостоятельной разработки стратегии ценообразования; - приемами ценообразования на агропродовольственном рынке с использованием современных методов; - навыками анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, разработки стратегии, контроля за ее реализацией и оценки эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Теоретические основы ценообразования Тема 2. Методология ценообразования Тема 3. Ценообразование на различных типах рынка Тема 4. Ценовые стратегии и ценовая политика Тема 5. Ценообразование на продукцию агропродовольственного рынка Тема 6. Государственное регулирование цен
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Рейтинговое тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.10. «ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является овладение знаниями и действиями, направленными на формирование рынка участниками коммерческого товарооборота, анализ, оценку и методические подходы к решению актуальных проблем коммерции, использование опыта коммерции в развитии предприятий.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	- УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; - ПК-1 Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок - ПК-3 Способен 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 Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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 Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать: - теоретические основы прогнозирования и планирования; - факторы, определяющие современное состояние агропродовольственного рынка в России и за рубежом; - нормативную базу государственного регулирования АПК; - основные научные подходы и методики расчета показателей для составления экономических разделов планов; - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; Уметь: - количественно и качественно оценивать базовый уровень развития агропродовольственного рынка; - рассчитывать и обосновывать показатели, необходимые для составления экономических разделов планов; - осуществлять расчёты перспектив развития агропродовольственного рынка; - рассчитывать показатели, необходимые для составления экономических разделов погнозов и планов, - существлять мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнения и изменения в план проекта, уточняет зоны ответственности участников

	проекта; - анализирровать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов; - осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности - - анализировать монополизации рынка и уровня конкуренции; Владеть: - современными методами прогнозирования и планирования агропродовольственного рынка; - методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - методами исследования и анализа тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), прогнозирования и моделирования объекты изучения. - методиками расчета показателей для составления экономических разделов планов.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Основы научного предвидения. Тема 2. Прогнозы и методы прогнозирования. Тема 3. Планы и методы планирования. Тема 4. Основы макроэкономического планирования. Тема 5. Особенности планирования современного сельского хозяйства Тема 6. Макроэкономическое планирование в РФ Тема 7. Планирование развития агропродовольственного рынка
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) Б1.В.ДВ.3

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 «КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является формирование теоретических знаний по конкурентоспособности потребительских товаров, а также знаний практических подходов к оценке конкурентоспособности товаров потребительского назначения с целью формирования стратегии конкуренции товаров в сфере коммерции.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК – 5. Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать: – сущность конкурентоспособности продовольственных товаров; – свойства и показатели ассортимента; управление ассортиментом, ассортиментную политику; – факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; – особенности формирования спроса и стимулирования сбыта продовольственных товаров; – методы маркетинговых исследований на продовольственном рынке; – конкурентные стратегии фирм на различных этапах жизненного цикла товаров; – управление качеством продовольственных товаров. Уметь: – анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; – осуществлять оценку конкурентоспособности потребительских товаров; – изучать потребительский спрос, анализировать динамику товарооборота и других показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий; – обосновать выбор необходимой конкурентной стратегии на предприятии. Владеть: - методикой определения продуктовых и географических границ рынка, количественных и качественных показателей структуры товарного рынка; - навыками организации и проведения экономического расследования при признаках нарушения антимонопольного законодательства; - технологией работы с интернет-сайтом Федеральной антимонопольной службы; - терминологическим и научно-юридическим понятийным аппаратом; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере предстоящей деятельности.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности продовольственных товаров Тема 2. Классификация и ассортимент продовольственных товаров Тема 3. Критерии и факторы конкурентоспособности продовольственных товаров. Тема 4. Роль стандартизации и сертификации в обеспечении

	конкурентоспособности продовольственных товаров. Тема 5. Рынок продовольственных товаров Тема 6. Оценка конкурентоспособности продовольственных товаров Тема 7. Товарная политика Тема 8. Распределение товаров и система товародвижения
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.02 « ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ БИЗНЕСА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями дисциплины (модуля) «Организация защиты бизнеса торговых предприятий» является овладение знаниями и действиями, направленными на формирование рынка участниками коммерческого товарооборота, анализ, оценку и методические подходы к решению актуальных проблем коммерции, использование опыта коммерции в развитии предприятий.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК – 5. Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен: Знать: - основные направления профессиональной, научной и педагогической деятельности, современные средства обработки информации, глобальные информационные системы, экспертные системы, компьютерные сети, системы автоматизированного управления; - основы управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятий и предпринимателей; трудовые отношения на предприятии; возможности использования информационных технологий в управленческой деятельности; принципы инновационного управления в современных организациях; - оценку и анализ основных пропорций развития; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологии, результаты профессиональной деятельности; - оценку и анализ основных пропорций развития; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологии, результаты профессиональной деятельности; - основные угрозы безопасности бизнеса торговых предприятий; - особенности псевдоделовых комбинаций, мошеннических схем, криминальных комбинаций; - методику оценки финансового состояния делового партнера; - основные типы технических средств охраны и их технические характеристики; - особенности охраны офиса и жилища; - основные угрозы и меры безопасности при передвижении на автотранспорте; - основные требования, предъявляемые к охранникам и телохранителям; - технические и другие средства оснащения службы безопасности. Уметь: - проводить самостоятельную работу, в целях профессионального самосовершенствования; - планировать и проектировать; управлять коллективом; - применять эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений; - оценивать эффективность управленческой деятельности

	- выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов; - анализировать монополизации рынка и уровня конкуренции; - анализировать деловые предложения с целью определения уровня представительности, делового веса, надежности намерений инициатора и т.п.; - анализировать Устав потенциального партнера, его финансовое состояние, деловые связи; - защищать различные виды информации, применяя традиционные и нетрадиционные методы; - обеспечивать безопасность перевозок товаров различными видами транспорта; - применять меры по защите безопасной организации отдыха; Владеть: - основными методами и средствами самостоятельной переработки информации и повышении своего квалификационного уровня; - умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности; принципами построения организаций; возможностями автоматизации управленческой деятельности; - навыками оценки рациональных различий; - навыками оценки деловой активности; специальными приёмами при ведении деловых переговоров; - методикой, позволяющей определить репутацию делового партнера; - приёмами защиты компьютерной информации
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1. Основы защиты бизнеса Тема 2. Организация защиты бизнеса торгового предприятия Тема 3. Проверка делового партнера Тема 4. Обеспечение информационной безопасности Тема 5. Обеспечение сохранности материально-технических ценностей предприятия Тема 6. Служба собственной безопасности
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	экзамен

ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) Б1.В.ДВ.4
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 «ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ СИСТЕМ НА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целями освоения дисциплины (модуля) является овладение обучающимися механизмом функционирования разнообразных товаропроводящих систем и процессу их проектирования на основе концепции логистики, а также изучение ими оценки эффективности функционирования товаропроводящих систем.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: - принципы сбора, отбора и обобщения информации; -основы логистического подхода к организации товародвижения на агропродовольственном рынке; - основы системной организации процессов товародвижения; - специфику применения методов логистики в системах товародвижения; -основные факторы и задачи развития интеграционных процессов в торговле; - основы формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур; -слагаемые эффективности развития торговли на основе концепции логистики. уметь: -планировать профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда; -ставить задачи повышения эффективности функционирования товаропроводящих систем на базе логистической оптимизации управления материальными, информационными и финансовыми потоками, а также решать наиболее распространенные из них; -принимать решения по размещению предприятий торговли; -решать задачи, связанные с организацией товароснабжения и транспортировки грузов; -формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов; -организовывать логистические процессы на складах предприятий торговли; -принимать решения по запасам, логистическому сервису. владеть: - опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов; - инструментарием логистики для оценки и оптимизации состояния товаропроводящих систем; - методами оптимизации логистических систем на агропродовольственном рынке; - методами выбора логистических каналов, логистических цепей и схем;

	- методами выбора логистических посредников в каналах распределения; - методами и средствами управления логистическими процессами
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Характеристика элементов товаропроводящей системы. Место проектирования товаропроводящих систем в коммерческой деятельности предприятия. Процесс проектирования распределительных товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке. Определение размеров зон потенциального сбыта продукции и услуг Определение количества каналов распределения продукции и услуг. Определение мест расположения региональных дистрибьюторов. Определение длины каналов распределения продукции и услуг. Выбор торговых посредников и оценка их деятельности Контроль деятельности каналов распределения продукции Процесс проектирования концентрационных товаропроводящих систем Анализ качества снабжения предприятия ресурсами. Установление потребностей предприятия в ресурсах Выбор решения «покупать или производить» Определение методов закупок ресурсов Влияние выбора поставщика ресурсов на распределение готовой продукции предприятия. Выбор поставщика ресурсов Процесс проектирования концентрационно-распределительных товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке Процесс проектирования логистических сервисных систем на агропродовольственном рынке Оценка эффективности функционирования товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.02 « СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: - овладение обучающимися основными методами теории интеллектуальных систем; - приобретение навыков по использованию интеллектуальных систем; - изучение основных методов представления знаний и моделирования рассуждений.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	знать основные направления анализа данных; архитектуры глубоких нейронных сетей, применяемых в решении практических задач; принципы применения нейронных сетей в задачах с применением ИИ; уметь настраивать необходимое окружение для работы с нейронными сетями; осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; владеть навыком проведения полного цикла вычислительного эксперимента, отражения хода выполнения проекта и получения результатов в отчетах и документации; владеет навыком использования существующих программных библиотек и моделей, создания программных реализаций глубоких нейронных сетей.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	1. Введение в системы продукций. Системы продукций. Управление выводом в продукционной системе. Представление знаний с помощью логики предикатов. Логические модели. Логика предикатов как форма представления знаний. Синтаксис и семантика логики предикатов. Технологии манипулирования знаниями СИИ. 1. Программные комплексы. Программные комплексы решения интеллектуальных задач. Естественно-языковые программы. Представление знаний фреймами и вывод на фреймах. Теория фреймов. Модели представления знаний фреймами. Основные положения нечеткой логики. Представление знаний и вывод в моделях нечеткой логики. Программные комплексы. Основы программирования для задач анализа данных. Изучение отдельных направлений анализа данных. Задача классификации. Ансамбли моделей машинного обучения для задачи классификации. 2. Нейронные сети. Нейронные сети. Глубокие нейронные сети (компьютерное зрение, разбор естественного языка, анализ табличных данных).

	Кластеризация и другие задачи обучения. Задачи работы с последовательным данным, обработка естественного языка. Рекомендательные системы.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Экзамен

БЛОК 2.ПРАКТИКА. ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Б2.О.01(У) «УЧЕБНАЯ ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА»

ЦЕЛИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	Закрепление знаний по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки, формирование навыков использования научного и методического аппарата этих дисциплин, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных экономических задач, ознакомление с объектами профессиональной деятельности и получение первичных профессиональных умений и навыков, необходимых для работы в сфере организации и управления коммерческой деятельностью.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	УК-1 – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; УК-2 – способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; ОПК-1 – способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; ОПК-2 - способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; ПК-1 - способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок.
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	В результате прохождения практики обучающийся должен: Знать: - основы профессиональной деятельности; - средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности; - способы закупок и продажи товаров; - инновационные технологии коммерческой деятельности. Уметь: - самостоятельно овладевать новыми методами исследования; - осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность коммерческой деятельности; - выбирать инновационные способы закупок и продаж товаров; - разрабатывать инновационные технологии коммерческой деятельности. Владеть: - навыками изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; - средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности; - навыками выбора инновационных способов закупок и продаж товаров; - навыками оценки эффективности инновационных технологий коммерческой деятельности.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	1. Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала. 2. Определение методов исследования. 3. Анализ и обработка фактического материала. 4. Формирование выводов по результатам практики.

	5. Подготовка отчета о практике.
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	Практические занятия
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Выполнение индивидуальных заданий
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Б2.О.02(У) «УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА (ПОЛУЧЕНИЕ ПЕРВИЧНЫХ НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)»

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ	Целью учебной практики является формирование и развитие профессиональных знаний в сфере научно-исследовательской деятельности, а также закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам программы обучения.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ НИР	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; ОПК-3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения; ПК-5 Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ НИР	В результате прохождения практики обучающийся должен: знать: - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; - достижения мировой и отечественной экономической науки за последние десятилетия в выбранной области научных интересов, представляет перспективные направления исследований - современные проблемы экономики и торгового дела на уровне предприятия, отрасли, территории, народного хозяйства; - теоретические аспекты избранной темы научного исследования, - место и значимость решения исследуемой проблемы для экономики страны и общества в целом. уметь: осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности - выявлять перспективные направления научных исследований, - обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования; - работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур - самостоятельно обрабатывать и анализировать полученные данные, делает обоснованные выводы; - работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; - проводить сравнительный анализ, обобщать и критически

	оценивать выполненные отечественными и зарубежными учеными научные исследования; - обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения на основе оценки результатов научных исследований; - всесторонне анализировать выбранную проблему, теоретически обосновывать и систематизировать собственные выводы и результаты исследования. владеть: - методологией и методикой проведения научных исследований; - навыками самостоятельной научной и исследовательской работы; - навыками критического анализа научной литературы, разработки и формулирования собственных методических подходов к решению проблем; - методами исследования и анализа тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ НИР	Во время прохождения практики обучающиеся осуществляют научно-исследовательскую работу в следующих формах: -выполнение заданий научного руководителя в соответствии с индивидуальным заданием; -ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий; -разбор, конспектирование, рецензирование и обсуждение научных статей и монографий; -обобщение и систематизация теоретических и методических подходов представителей ведущих научных школ по исследуемой проблематике; подготовка квалифицированного литературного обзора и включение его в ВКР; -участие в научной работе организации (по тематике исследования); -выступление на научных конференциях и форумах; -подготовка и публикация авторских и совместных научных статей в научных сборниках и периодических изданиях; -участие в конкурсах научно-исследовательских работ; -участие в реальном научно-исследовательском проекте, выполняемом в организации в рамках полученного гранта (при наличии); -осуществление научного исследования по актуальной проблеме в области коммерции в рамках работы над выпускной квалификационной работой; -обработка полученных результатов, их анализ и представление их в виде законченных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей, курсовых работ, ВКР).
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Защита отчета

ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Б2.О.03(П) «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА»

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ	Цель прохождения практики - закрепить теоретические знания, полученные обучающимися за время обучения в университете, сформировать умения и применять их в организации, управлении и проектировании процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности, мерчендайзинга и совершенствовании торгово-технологических процессов.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности; ПК-3 Способен 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.
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	В результате прохождения практики обучающийся должен: Знать: - характеристику торгово-технологических процессов, используемых в организации и современные требованиям к ним; - инновации в области коммерческой деятельности, анализ и оценку их экономической эффективности; - особенности организации и управления бизнес-планированием и реализации бизнес-проектов предприятия. Уметь: - обосновывать и выбирать инновационные системы закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей; - проводить стратегический анализ проблем предприятия, выбор оптимальных вариантов решения и их практическую реализацию; - разрабатывать и управлять товарной, ценовой и политикой продаж предприятия; - прогнозировать и выбирать тактику и стратегию развития предприятия. Владеть: - современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных; - навыками анализа, оценки и прогнозирования результатов коммерческой деятельности.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	Прохождение практики предполагает: - рассмотрение общей характеристики организации (предприятия); - анализ состава и эффективности торгово-технологических процессов и хозяйственной деятельности организации (предприятия);

	- анализ товародвижения и товароснабжения торговой сети; - оценка организационно-управленческой и хозяйственно-экономической эффективности функционирования организации (предприятия); - разработка программы и плана мероприятий по повышению эффективности организационно-управленческой системы, торгово-технологических процессов, распределительной системы и логистики, товарной (ассортиментной) политики, коммуникационной политики и мерчендайзинга и другим направлениям деятельности организации (предприятия).
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Защита отчета
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Б2.О.04(П) «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ	Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по подготовке магистров, направлена на закрепление теоретических знаний, подготовку к будущей профессиональной деятельности и совершенствование практических навыков по избранной программе обучения. Целью производственной преддипломной практики является последовательное применение теоретического материала, предусматривающего комплексный подход к практической сфере деятельности объекта практики, а также закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам программы обучения.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения; ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности; ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач; ПК-1 Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок; ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы,

	управлять маркетинговой деятельностью организации; ПК-3. Способен 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. Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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. Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	В результате прохождения практики обучающийся должен: знать: - классификацию субъектов коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль; - содержание и методы разработки стратегии хозяйственной деятельности организации и самостоятельно разрабатывает ее. - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности - управление торгово-технологическим процессом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий; - методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; - этапы формирования, способы оптимизации и управления товарным ассортиментом, способы обеспечения конкурентоспособности товаров; - систему выбора поставщиков и потребителей, порядок оформления заказов и расчетов с ними, процесс заключения и исполнения договоров купли-продажи, методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки; - порядок оформления и планирования товарных запасов; - систему товародвижения, организацию торгово-технологических процессов; - методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности; - виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности. уметь: - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

	- получать информацию о ходе исполнения обязательств поставщика (подрядчика, исполнителя), проводит экспертизу поставленного товара, выполненной работы или оказанной услуги - осуществлять анализ и оценку результатов закупок, достижения целей закупок - разрабатывать нормативные или локальные акты в сфере закупок, проводит их адаптацию в соответствии с изменениями законодательства Российской Федерации в сфере закупок - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию - разрабатывать политику ценообразования в организации - разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации - осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации - анализировать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов - организовывать работу персонала, используя различные модели и методы принятия управленческих решений - принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности - систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия с целью повышения их эффективности применения - осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности владеть: - методами анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - методами контроля за реализацией стратегии и оценки ее эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) - методами исследования и анализа тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), прогнозирует и моделирует объекты изучения - аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности организации; - опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления коммерческой деятельности; - умением вести деловые переговоры, - осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	Прохождение практики предполагает: • участие обучающегося в коммерческой деятельности предприятия – объекта преддипломной практики; • внесение обучающимся личного вклада в

	совершенствование коммерческой и маркетинговой служб предприятия; • применение фундаментальных знаний на преддипломной практики по вопросам, разрабатываемым обучающимся в выпускной квалификационной работе; • подтверждение актуальности и практической значимости избранной обучающимся темы исследования; • сбор аналитического материала для выпускной квалификационной работы. Содержание практики предполагает изучение следующих вопросов: Организационно-экономическая характеристика предприятия; Организация хозяйственных связей на предприятии; Ассортиментная и ценовая политика предприятия; Системы планирования и снабжения на предприятии; Сбытовая деятельность предприятия; Оценка конъюнктуры рынка основных видов продукции, реализуемой предприятием; Виды рисков и основные пути их снижения; Коммерческие инновации; Организация хозяйственных связей на предприятии;
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	защита отчета
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет с оценкой

БЛОК 3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Б3.01(Д) «ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ЗАЩИТЕ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ»

ЦЕЛИ ГИА	Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта. Государственные аттестационные испытания предназначены для оценки сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника, определяющих его подготовленность к решению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ГИА	Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать универсальными компетенциями: УК-1- Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать общепрофессиональными компетенциями: ОПК-1 - Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; ОПК-2 - Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; ОПК-3 - Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения; ОПК-4 - Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности; ОПК -5 - Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе, использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач. Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована

	программа магистратуры: профессиональными компетенциями: ПК-1 - Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок; ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации; ПК-3 - Способен 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 - Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, 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 - Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ГИА	Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен: Знать: - основные понятия экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торговой сфере; - достижения мировой и отечественной экономической науки за последние десятилетия в выбранной области научных интересов; - различные модели и методы принятия управленческих решений; - содержание и методы разработки стратегии хозяйственной деятельности организации; - методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; -основные информационные технологии управления бизнес-процессами; -модели поведения экономических агентов и рынков; - методические подходы к поиску наиболее эффективных решений в организации коммерческой деятельности; - основные результаты новейших исследований по проблемам коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке. Уметь: - обосновать адекватные способы решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов; - выбрать наиболее подходящие методы для решения практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; -работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур; - обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения на основе оценки результатов научных исследований; - применять современные информационные технологии и

	специализированные пакеты прикладных программ, предназначенные для решения профессиональных задач; - осуществлять анализ и оценку результатов закупок, достижения целей закупок; - разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации; - анализировать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов; - проводить анализ и оценку бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - анализировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес- процессами; - анализировать поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - управлять развитием организации осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; - научно обосновывать эффективные инвестиционные решения на основе полученных оптимальных решений математических моделей в конкретных объектах инвестирования; - всесторонне анализировать выбранную проблему, теоретически обосновывать и систематизировать собственные выводы и результаты исследования. Владеть: - -методологией и методикой проведения научных исследований; - методами для решения практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; -современными информационными технологиями и специализированными пакетами прикладных программ, предназначенные для решения профессиональных задач; - современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования; - методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности; - методами принятия управленческих решений; -навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений: -навыками выбора и применения рациональных методов решения проблем и подготовки обоснованных решений; -методикой построения организационно- управленческих моделей; -методами оценки эффективности бизнес-процессов; -навыками принятия стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности с учетом критериев экономической эффективности и оценки финансовых рисков.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ГИА	Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы Во введении обосновывается выбор темы, показывается ее актуальность, формулируется проблема и круг вопросов, необходимых для ее решения; определяется цель работы с ее расчленением на взаимосвязанный комплекс задач, подлежащих решению для раскрытия темы. В основной части приводятся данные, отражающие сущность,

	методику и основные результаты исследования: • обзор литературы по теме исследования, представление различных точек зрения и обоснование позиций автора, описание методов исследований, методов расчета; • анализ изучаемой проблемы, изучение современного состояния и тенденций развития явления, выявление факторов, определяющих его развитие, обобщение и оценка результатов исследований, включающих оценку полноты решения поставленной задачи; •разработка мер и предложения по дальнейшему развитию изучаемого явления, оценка эффективности предлагаемые мероприятия. В заключении указываются общие результаты, возможные перспективы применения результатов на практике и дальнейшего исследования проблемы
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Предзащита выпускной квалификационной работы
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	Защита выпускной квалификационной работы

ФТД ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ
АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
ФТД. 01 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Цели дисциплины: - приобретение обучающимися знаний в сфере управления стратегическим маркетингом в условиях динамичного изменения маркетинговой среды; - формирование навыков разработки, внедрения и совершенствования политики ценообразования в организации - определение роли стратегического и инновационного маркетинга в хозяйственной деятельности предприятия; - развивать способность к решению ключевых компетенций организации, восприимчивости к изменяющимся потребностям рынка; - овладения методикой маркетингового планирования и приобретение навыков подготовки стратегического маркетинга
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	ПК 2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: - концепцию стратегического маркетинга; - методы и модели принятия решений в стратегическом маркетинге; - методы стратегического маркетингового анализа внешней среды организации; - методы стратегического маркетингового анализа внутренней среды организации; - методы и технологии конкурентного анализа и оценки конкурентных преимуществ; - технологии выбора и формирования конкурентных стратегий организации; - комплекс маркетинговых стратегий и технологии их формирования; - воздействие стратегических решений на комплекс операционного маркетинга; - функциональные маркетинговые стратегии; - реализацию маркетинговых стратегий; - маркетинг - аудит стратегического маркетинга. Уметь: Разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию Осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации Разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации Применять на практике результаты маркетинговых исследований для разработки стратегий по товарному ассортименту, ценам, сбыту, рекламе, сервису; Составлять стандартные пакеты прикладных программ для разработки стратегий. Владеть: - технологиями и методами стратегического маркетинга - навыками, позволяющими проводить стратегический анализ; - навыками разработки политики ценообразования в организации;

	- навыками планирования отдельных элементов маркетинговой деятельности.
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Раздел I. Основы стратегического маркетинга Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга Тема 2. Технология формирования маркетинговой стратегии Раздел 2.Организация, планирование и контроль стратегического маркетинга Тема 3. Организационные формы управления маркетингом Тема 4. Управление распределением Тема 5. Стратегии коммуникаций Тема 6. Контроль, оценка и аудит маркетинга
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
ФТД.02 «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	Целью освоения учебной дисциплины является: - усвоение знаний в области инновационных технологий в торговой деятельности и применению инновационных технологий в управлении коммерческой деятельностью; - разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; - приобретение умений по применению инновационных технологий в управлении коммерческой деятельностью; - формирование необходимых компетенций в сфере использования инновационного механизма в управлении коммерческой деятельностью.
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели. ПК-3 - Способен 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.
ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать: - современные методы анализа технологического процесса как объект управления; - модели и методы принятия управленческих решений; -инновационные технологии, применяемые для управления коммерческой деятельностью; - отечественный и зарубежный опыт развития инновационных технологий. Уметь: - вырабатывать стратегию командной работы; - организовать работу персонала - организовать обсуждение результатов работы команды; - анализировать технологический процесс как объект управления; - принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности; - решать задачи профессиональной деятельности, связанные с технологическими процессами (бизнес-процессами) на предприятии; - оценивать эффективность внедрения инновационных технологий. Владеть: - теоретическими знаниями и практическими навыками работы с информационными системами, применяемыми для управления торговыми предприятиями; - специальной терминологией лексикой в области описания технологических процессов (бизнес-процессов), баз данных, управления предприятием, документооборота, защиты информации, обмена информацией; - методами оценки экономической эффективности внедрения инновационных технологий и информационных систем. - методами анализа технологического процесса как объекта

	управления
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Тема 1 Инновационный менеджмент в современной экономике Тема 2 Основные понятия и определения Тема 3 Инновационный процесс, его структура и организация Тема 4 Особенности инновационных организаций. Тема 5 Стратегические проблемы менеджмента инноваций Тема 6 Формирование инновационной культуры организации. Тема 7 Инновационное предпринимательство и риски Тема 8 Государственное регулирование инновационных процессов. Тема 9 Формирование национальных инновационных систем (НИС)
ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	Модульное тестирование
ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	зачет