

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА  
решением учебно-методического совета  
университета  
(протокол от 23 апреля 2025 г. № 9)

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель учебно-методического  
совета университета  
Р.А. Чмир  
«23» апреля 2025 г.

## **АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ**

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность на  
агропродовольственном рынке

Квалификация магистр

**БЛОК 1.ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)**  
**01. ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ**

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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: <ul style="list-style-type: none"><li>- обучение основам делового общения на иностранном языке в устной и письменной форме в типичных ситуациях;</li><li>- практическое владение специальным языком, применимом во всех видах бизнеса.</li><li>- формирование основ делового общения на иностранном языке;</li><li>- овладение бизнес-лексикой и языковыми клише;</li><li>- изучение вопросов, связанных с пониманием национально-исторических особенностей социокультуры стран изучаемых языков;</li><li>- приобретение обучающимися достаточно полного представления о бизнес-реалиях;</li><li>- реализация воспитательного потенциала иностранного языка, проявляющегося в готовности выпускников содействовать налаживанию межкультурных связей, представлять свою страну на международных конференциях и симпозиумах.</li></ul>   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | УК 4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;<br>УК 5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;<br>ОПК 2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;<br>ОПК 3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен знать: <ul style="list-style-type: none"><li>- общепринятые формы коммерческого письма и резюме;</li><li>- структуру коммерческого письма;</li><li>-бизнес-реалии, финансовую и банковскую терминологию;</li><li>- культурные традиции делового общения в странах изучаемых языков;</li></ul> уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>- правильно составлять деловые письма;</li><li>- грамотно и корректно вести деловую переписку;</li><li>- работать с источниками информации (текущей прессой, письмами, телеграммами, рекламными проспектами);</li><li>- общаться по телефону;</li><li>-устраивать деловые встречи, презентации;</li><li>- применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;</li><li>- анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.</li><li>- критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.</li></ul> владеть: <ul style="list-style-type: none"><li>- основными языковыми клише, относящимися к различным видам бизнеса;</li></ul> |

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

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

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>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.</p>   |
| <p><b>ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b></p>  | <p>УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;<br/> 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.</p>   |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>Знать:<br/> -основные экономические законы и категории;<br/> -универсальные экономические взаимосвязи и закономерности, базовые экономические категории, их сущностное содержание применительно к современной рыночной экономике;<br/> -механизмы развития различных экономических явлений и процессов;<br/> -основные результаты современной микроэкономической теории;<br/> -теорию потребительского поведения;<br/> -теоретико-игровые модели рынка несовершенной конкуренции;<br/> -методологию принятия экономических решений в условиях неопределенности и риска;<br/> -теорию общественного благосостояния и равновесия в условиях внешних эффектов;<br/> -назначение основных макроэкономических показателей;<br/> -основные теории и модели реального экономического роста;<br/> -модели динамики инфляции и безработицы;<br/> -политику центрального банка;<br/> -особенности макроэкономической модели открытой экономики переходного периода;<br/> -современные макроэкономические проблемы российской экономики;<br/> -рычаги стабилизационной политики в закрытой и открытой экономике.<br/> Уметь:<br/> -работать с литературными источниками, давать объективную и всестороннюю оценку современного уровня развития экономики (цены и объемы выпуска и потребления конкретных благ, состояние от-</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>дельных рынков, распределение ресурсов между альтернативными целями);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-систематизировать и обобщать экономическую информацию;</li> <li>-выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;</li> <li>-разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений;</li> <li>-выявлять резервы увеличения производства и разрабатывать основные направления повышения его экономической эффективности в условиях рыночных отношений;</li> <li>-проводить анализ программ социально-экономического развития, определять стратегии развития хозяйствующих субъектов и их подразделений;</li> <li>-пользоваться методами измерения главных макроэкономических показателей;</li> <li>-соотносить и сравнивать достижения разных экономических школ в разработке тех или иных категорий и концепций макроэкономической теории;</li> <li>-логически и последовательно излагать свои мысли, делать правильные обобщения, выводы и предложения;</li> <li>-участвовать в дискуссиях при обсуждении отдельных вопросов управленческой экономики.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками творческого анализа современной экономической деятельности, осмысления сути хозяйственных процессов, происходящих в экономике.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1. Введение в управленческую экономику</p> <p>Тема 2. Фирма и ее поведение</p> <p>Тема 3. Анализ спроса, предложения и потребительского поведения</p> <p>Тема 4. Анализ производства</p> <p>Тема 5. Анализ затрат и стратегия управления</p> <p>Тема 6. Понятие и виды инфляции как многофакторного процесса</p> <p>Тема 7. Анализ безубыточности</p> <p>Тема 8. Конкуренция и монополия на рынке</p> <p>Тема 9. Экономическое развитие, рост и структурные изменения</p> <p>Тема 10. Модернизация экономики РФ и ее ориентиры в начале XXI века</p>  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции и практические занятия.  |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование  |
| <b>ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | Зачет   |

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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.  |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.<br>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)  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:<br>Знать:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>- аппаратные и программные средства современных компьютерных систем;</li> <li>- возможности доступа к удаленным информационным ресурсам и их использования;</li> <li>- направления разработки новых компьютерных систем, средств доступа и управления;</li> <li>- направления разработки новых программных средств;</li> <li>- проблемы защиты информации от несанкционированного доступа;</li> </ul> Уметь:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить задачи и курировать создание информационных технологий и внедрение их в деятельность коммерческих предприятий;</li> <li>- прогнозировать эффект от внедрения информационных технологий.</li> <li>- использовать информационные технологии для повышения эффективности личного труда.</li> <li>- оценивать информационный ресурс систем для принятия управленческих решений.</li> </ul> Владеть:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>- способностями подготовки и создания баз данных и операций с ними,</li> <li>- умениями решения задач предметной сферы, с использованием возможностей информационных технологий;</li> <li>- навыками использования возможностей локальных и глобальной сети Интернет для решения профессиональных задач.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                       | Тема 1. Общие сведения о компьютерных и информационных технологиях;<br>Тема 2. Автоматизированные рабочие места;<br>Тема 3. Компьютерные сети;<br>Тема 4. Системы обработки информации;<br>Тема 5. Информационные сети и электронный обмен данными.  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>   | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>  | Модульное тестирование   |

|  |         |
|--|---------|
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВО-<br/>ГО<br/>КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | Экзамен |
|--|---------|

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Целями освоения дисциплины (модуля) является <ul style="list-style-type: none"><li>- освоение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области стратегического планирования;</li><li>- изучение структуры и содержания разделов и общих рекомендаций по разработке планов стратегического развития;</li><li>- освоение компьютерных технологий, используемых при составлении плана;</li></ul>   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;<br>ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен:<br>Знать: <ul style="list-style-type: none"><li>- , теоретические основы стратегического планирования; области применения и основные направления развития стратегического планирования;</li><li>- основные научные подходы и методики расчета показателей для составления экономических разделов планов</li><li>- методы и модели стратегического планирования торговых предприятий;</li><li>- основные виды стратегий, современные подходы и способы их разработки и реализации в деловой практике торговых предприятий.</li></ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>- количественно и качественно оценивать базовый уровень развития торговых предприятий;</li><li>- рассчитывать и обосновывать показатели, необходимые для составления экономических разделов стратегических планов;</li><li>- работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимыми для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур</li><li>- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученные данные, делать обоснованные выводы;</li><li>- осуществлять мониторинг хода реализации планов стратегического развития, корректирует отклонения, вносит дополнения и изменения;</li><li>- представлять публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях</li></ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"><li>- методами стратегического планирования деятельности торгового предприятия;</li><li>- современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;</li><li>- навыками проведения самостоятельных исследований стратегического характера в соответствии с разработанной программой;</li><li>- навыками анализа различных источников информации для проведения экономических расчетов планов стратегического развития</li></ul> |



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

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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.  |
| <b>ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>  | УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия<br>ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен:<br>Знать <ul style="list-style-type: none"> <li>• универсалии и основные положения методологии науки;</li> <li>• методические основы научно-исследовательской работы и научного творчества;</li> <li>• основные элементы технологии научно-исследовательской деятельности, методы и технику проведения теоретических и эмпирических научных исследований, основы теории эксперимента;</li> </ul> Уметь <ul style="list-style-type: none"> <li>• идентифицировать научную проблему, формулировать цель и научную задачу исследований, определять методы ее решения;</li> <li>• планировать научное исследование;</li> <li>• работать с научной информацией, осуществлять прогнозирование результатов и показателей;</li> <li>• проводить эксперименты, получать и обрабатывать экспериментальные данные, формулировать обоснованные выводы;</li> <li>• исследовать разноплановые процессы и явления на основе системного анализа, проводить их моделирование и правильно интерпретировать его результаты;</li> <li>• 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;</li> <li>• применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;</li> <li>• критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.</li> </ul> Владеть <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками выявления и формулирования актуальных научных проблем;</li> <li>• методами и инструментами проведения исследований и анализа их результатов;</li> <li>• методами разработки моделей процессов, явлений и объектов в исследуемой области, оценки и интерпретации результатов моделирования;</li> <li>• методами поиска, сбора и обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования.</li> </ul> |

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

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Целями освоения дисциплины (модуля) является овладение обучающимися знаниями в области коммерческой деятельности, а также действиями, которые будут способствовать ее совершенствованию на предприятиях АПК.  |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели<br>ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности;  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен<br>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;<br>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;<br>владеть: умениями выбора стратегий управления коммерческой деятельностью на потребительском рынке; методами разработки, реализации и оценки корпоративного управления; компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя. |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                       | Тема 1 Сущность, функции стратегического управления в коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке. Содержание и структура стратегического управления. Эволюция стратегического управления<br>Тема 2 Анализ внешней среды коммерческой организации<br>Тема 3 Управленческий анализ<br>Тема 4 Портфельный анализ<br>Тема 5 Конкурентные преимущества коммерческих предприятий<br>Тема 6 Диверсификация<br>Тема 7 Управление стратегическими возможностями  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>   | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа  |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>  | Модульное тестирование  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                                      | Экзамен, курсовая работа  |

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

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛИ<br/>ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>Целями освоения дисциплины (модуля)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплексное изучение вопросов культуры и искусства народов мира, их взаимосвязи и взаимовлияния в историческом прошлом и современном мире;</li> <li>- формирование у обучающихся знаний о социальных и культурных различиях представителей разных культур;</li> <li>- умений использовать основы культурологических знаний для формирования мировоззренческой позиции, толерантно воспринимая социальные и культурные различия.</li> </ul>   |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ,<br/>ФОРМИРУЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>                | <p>УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>   |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И<br/>НАВЫКИ,<br/>ПОЛУЧАЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, основные этапы развития мировой и отечественной культуры, основные задачи, методы и средства культурологии;</li> <li>- социальные и культурные различия представителей разных культур;</li> <li>- закономерности интеллектуальной культурологической деятельности, познания;</li> <li>- теоретические основы выработки навыков самоорганизации и самообразования;</li> <li>- основные внеперсональные нормы коммуникации: знаковые системы, общие значения, общепринятые ассоциации, общекультурные установки, закономерности творческого, художественного, рационального мышления.</li> <li>- принципы научной работы с информацией, основные социальные факторы развития личности, основы социальных, гуманитарных и экономических наук;</li> <li>- российский и международный опыт в профессиональной деятельности;</li> <li>- духовно-нравственные ценности личности и модели нравственного поведения в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основы культурологических знаний для формирования мировоззренческой позиции;</li> <li>- толерантно воспринимая социальные и культурные различия;</li> <li>- применить основные теоретические знания по дисциплине «Культурология» в коммуникативном процессе;</li> <li>- уметь работать с разнообразной информацией, имеющей отношение к культуре, анализировать, обобщать и сравнивать ее смысловую основу;</li> <li>- применять на практике общенаучные методы познавательной деятельности;</li> <li>- 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;</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять отбор диагностических средств для определения уровня сформированности духовно-нравственных ценностей;</li> <li>- анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком анализа разнообразных мировоззренческих культурологических концепций;</li> <li>- навыками сравнительного анализа различных культурно-исторических типов;</li> <li>- основами описания, анализа, презентации памятников художественной культуры.</li> <li>- культурой мышления, навыками развития личности, стремлением к постоянному росту в профессиональном и личностном плане, методами анализа социально и культурно значимых проблем и процессов;</li> <li>- навыками самоорганизации и самообразования;</li> <li>- навыками работы в команде;</li> <li>- навыками налаживания конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Раздел 1: Теория культуры</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Введение в культурологию. Культура: сущность, понятие, функции.</li> <li>- Типология культур</li> </ul> <p>Раздел 2. История мировой и отечественной культуры</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Первобытная культура</li> <li>- Античная культура</li> <li>- Феодальная культура</li> <li>- Буржуазная культура</li> <li>- Современная культура</li> <li>- Русская культура: типологическая характеристика</li> </ul>   |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | Зачет  |

**Б1.В. ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ****АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ****Б1.В.01 «БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В АПК»**

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

|   |  |
|---|--|
|   | <p>ния объектов изучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- методикой бизнес-проектирования предпринимательской деятельности и практическими навыками разработки бизнес-планов предприятия;</li> <li>- современными методами планирования и управления в бизнесе.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1. Введение в бизнес-проектирование</p> <p>Тема 2. Основы бизнес-проектирования</p> <p>Тема 3. Технология бизнес-проектирования</p> <p>Тема 4. Инструментарий бизнес-проектирования</p>  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | зачет  |



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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Целями освоения дисциплины (модуля) является освоение обучающимися знаний, получение практических навыков в области организации и управления рекламной деятельностью в АПК.  |
| <b>ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>  | ПК 2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;<br>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);<br>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)   |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий в АПК;</li><li>- социально-психологические аспекты рекламной деятельности;</li><li>- основные признаки классификации рекламных средств и их применение на рынке рекламы;</li><li>- способы организации взаимоотношений участников рекламного процесса;</li><li>- методы организации и планирования рекламных кампаний;</li><li>- функции рекламной деятельности;</li><li>- стратегии в рекламной деятельности в АПК;</li><li>- порядок контроля за рекламной деятельностью;</li></ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта;</li><li>- довести рекламный продукт до сознания потребителя;</li><li>- эффективно размещать рекламу на различных рекламных носителях;</li><li>- планировать и организовывать рекламную работу на предприятии;</li><li>- планировать и организовывать взаимоотношения участников рекламного процесса;</li><li>- планировать и организовывать проведение рекламных кампаний;</li><li>- разрабатывать и реализовывать стратегии рекламной деятельности в АПК;</li><li>- составлять рекламные тексты и объявления;</li><li>- оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий в АПК.</li></ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- приемами расчёта показателей рекламной деятельности организаций;</li><li>- методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер и отраслей.</li></ul> |

|   |  |
|---|--|
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>3. Оценка эффективности рекламной кампании. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы.</p> <p>4. Основы медиапланирования. Основные этапы медиапланирования. Рекламный бюджет и методы его разработки. Распределение рекламного бюджета.</p> <p>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.</p> |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | зачет  |

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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ<br/>ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | <p>Целями освоения дисциплины «Инновационные маркетинговые коммуникации» при подготовке обучающихся являются:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 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;</li><li>- 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;</li><li>- подготовка обучающихся к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности;</li><li>- подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции;</li><li>- подготовка обучающихся к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию</li></ul>  |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ,<br/>ФОРМИРУЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                | <p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия профессиональных компетенций;</p> <p>ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;</p> <p>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).</p>  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И<br/>НАВЫКИ,<br/>ПОЛУЧАЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные понятия курса;</li><li>- содержание каждой инновационно-маркетинговых коммуникаций; типологию разработки инновационно-маркетинговых коммуникаций;</li><li>- виды инновационно-креативных средств и инструментов коммуникационного маркетинга;</li><li>- различные инновационные подходы в профессиональной деятельности, сущность, принципы, функции, виды, средства и методы, оценка их эффективности.</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- устанавливать контакты и организовывать общение с представителями научного и профессионального сообщества в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии;</li><li>- разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществлять их реализацию;</li><li>- разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;</li><li>- осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации;</li><li>- осуществлять контроль за реализацией стратегии и оценивать ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической,</li></ul> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>или товароведной);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать мотивационную и ценностную базу инновационно-маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- использовать приемы создания инновационно-креативных маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- проектировать мероприятия по продвижению с использованием инновационно-креативных средств и инструментов коммуникационного маркетинга;</li> <li>- выявлять, оценивать и анализировать риски в профессиональной деятельности коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками, применяемыми при закупках и продажах товаров;</li> <li>- методами и технологиями организации и планирования кампаний продвижения с использованием инновационных маркетинговых коммуникаций экономики.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Понятие, сущность и функции маркетинговых коммуникаций.<br/> Основные средства маркетинговых коммуникаций.<br/> Традиционные и инновационные коммуникации.<br/> Причины появления инновационных маркетинговых коммуникаций<br/> Маркетинг-МИКС и инновационные маркетинговые коммуникации.<br/> Структура комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций<br/> Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций.<br/> Российский и мировой опыт инноваций в маркетинговых коммуникациях</p>  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | зачет  |

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

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



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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | 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<br>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)  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен:<br>знать:<br>- содержание основных понятий – консалтинг, консалтинговые услуги;<br>- систему организации оказания консалтинговых услуг в сфере торговли;<br>- состав и структуру международных консалтинговых организаций;<br>- виды и характеристику консалтинговых услуг в сфере торговли;<br>уметь:<br>- проводить анализ состояния и перспектив развития консалтинга;<br>- прогнозировать перспективные тенденции развития международного консалтинга;<br>- ориентироваться в особенностях представления консалтинговых услуг в сфере международной торговли;<br>владеть:<br>- теоретическими аспектами консалтинга в сфере торговли;<br>- методикой расчета количественных показателей в оценке эффективности предоставления консалтинговых услуг в сфере торговли;<br>- методами прогнозирования перспективных тенденций развития торговли. |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                       | Тема 1. Консалтинг как сфера бизнеса.<br>Тема 2. Организация оказания консалтинговых услуг.<br>Тема 3. Стадии консалтингового процесса.<br>Тема 4. Специфика консультирования в разных областях деятельности.<br>Тема 5. Используемые методики и технологии в консалтинговом процессе.<br>Тема 6. Международные консалтинговые организации. Состояние и перспективы развития консалтинга.  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>   | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                                      | зачет  |





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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Целями освоения дисциплины (модуля) являются: <ul style="list-style-type: none"><li>- 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;</li><li>- в процессе обучения, обучающиеся развивают и углубляют навыки формирования маркетинговой стратегии организации с учетом конъюнктуры агропродовольственного рынка;</li><li>- 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.</li></ul>   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;<br>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)   |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен:<br>Знать: <ul style="list-style-type: none"><li>- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности;</li><li>- бизнес-технологии профессиональной деятельности;</li><li>- тенденции изменения конъюнктуры агропродовольственного рынка.</li></ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>- осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности;<ul style="list-style-type: none"><li>– исследовать и анализировать результаты профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной),</li></ul></li><li>- прогнозировать и моделировать объекты изучения.</li><li>- оценивать бизнес технологии с использованием научных методов.</li></ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"><li>– специальными методами анализа информации в области коммерции и маркетинга;</li><li>– навыками анализа тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности;</li><li>– специальной терминологией в области экономики агропродовольственного рынка;</li><li>– навыками самостоятельно определить приоритеты личностного и профессионального роста.</li></ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</b>   | 1. Экономическая сущность агропродовольственного рынка<br>2. Развитие конкуренции на агропродовольственном рынке. Логи-   |

|  |  |
|--|--|
| <b>И СОДЕРЖАНИЕ<br/>ДИСЦИПЛИНЫ</b>         | <p>стический подход к организации товародвижения в АПК</p> <p>3. Ценообразование на продукцию АПК и факторы производства</p> <p>Рынок производственных ресурсов</p> <p>4. Рынок производственных и финансовых ресурсов</p> <p>5. Рынок продукции сельского хозяйства и продуктов ее переработки</p> <p>6. Государственное регулирование агропродовольственного рынка</p> |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ<br/>ЗАНЯТИЙ</b>        | Лекции, практические занятия   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО<br/>КОНТРОЛЯ</b>   | Рейтинговое тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО<br/>КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | зачет  |

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

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– освоение теоретических основ и инструментария теории отраслевых рынков;</li> <li>– обучение практическим приемам и методам определения состояния отраслевых рынков и работы на них;</li> <li>- определение и реализация приоритетов собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки;</li> <li>- разработка и реализация маркетинговых программ, управление маркетинговой деятельностью организации.</li> </ul>   |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>            | <p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p>ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации</p> <p>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</p>  |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы теории отраслевых рынков;</li> <li>- систему показателей, характеризующих состояние отраслевых рынков;</li> <li>- факторы, определяющие современное состояние отраслевых рынков в России и за рубежом;</li> <li>- методы государственного регулирования отраслевых рынков;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количественно и качественно оценивать состояние отраслевых рынков;</li> <li>- определять перспективы развития отраслевых рынков;</li> <li>- определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;</li> <li>- разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;</li> <li>- 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</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными методами изучения отраслевых рынков;</li> <li>- критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние отраслевых рынков;</li> <li>- навыками выполнения расчетов, необходимых для всестороннего анализа состояния отраслевых рынков;</li> <li>- навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований.</li> </ul> |
| <p><b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>                       | <p>Тема 1. Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы;</p> <p>Тема 2. Асимметричная информация как фактор монопольной власти;</p> <p>Тема 3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция;</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Тема 4. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения;</p> <p>Тема 5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке;</p> <p>Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке.</p> |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>        | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>   | Рейтинговое тестирование  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | Экзамен   |

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

|  |   |
|--|---|
| <p><b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>Целями освоения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение особенностей организации закупочной деятельности;</li> <li>- исследование методологии, научной базы организации и управления закупками, их тактические и стратегические аспекты;</li> <li>- организация закупок для государственных и муниципальных.</li> </ul>   |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>            | <p>ПК-1 – Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок</p>  |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- концептуальные положения управления закупками в коммерческой деятельности,</li> <li>- оперативные и стратегические вопросы закупочной деятельности,</li> <li>-особенности осуществления государственных и муниципальных закупок.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать и использовать информационную базу для управления закупками в коммерческой деятельности;</li> <li>- формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка;</li> <li>- организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта товаров;</li> <li>- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;</li> <li>- управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке;</li> <li>- организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров;</li> <li>- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятия;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- терминологическим аппаратом торгового дела;</li> <li>- алгоритмом принятия решения о совершении сделки, касающейся закупки;</li> <li>-навыками осуществления коммерческих операций в инфраструктуре рынка;</li> <li>- знаниями правил розничной и оптовой торговли и продажи отдельных товарных групп населению;</li> <li>- способностью распознавания и оценки различных факторов опасности с учетом общепринятых критериев;</li> <li>- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в организации коммерческой деятельности.</li> <li>-</li> </ul> |
| <p><b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ</b></p>                                  | <p>Тема 1. Концептуальные положения управления закупками в коммерческой деятельности;</p> <p>Тема 2. Оперативные решения в закупочной деятельности;</p>   |

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

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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ<br/>ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются: <ul style="list-style-type: none"><li>- расширение теоретических знаний обучающихся о системе ценообразования;</li><li>- изучение методов ценообразования и форм дифференциации цен;</li><li>- знакомство с нормативно-правовой базой применения и контроля цен;</li><li>- формирование практических навыков решения прикладных задач в области ценообразования на агропродовольственном рынке;</li><li>- овладение методиками ценообразования на различных типах рынков;</li><li>- исследование, анализ, прогнозирование и моделирование тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).</li></ul>   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ,<br/>ФОРМИРУЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                | ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации<br>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)<br>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)  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И<br/>НАВЫКИ,<br/>ПОЛУЧАЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | В результате освоения дисциплины обучающийся должен:<br>Знать: <ul style="list-style-type: none"><li>- понятийный аппарат учебной дисциплины (модуля) «Ценообразование на агропродовольственном рынке» (термины и их определения);</li><li>- теоретические основы ценообразования на различных типах рынков;</li><li>- принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики;</li><li>- основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования;</li><li>- методы ценообразования на агропродовольственном рынке;</li><li>- способы прямого и косвенного государственного регулирования цен.</li></ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>- правильно выбирать цели, методы и стратегии ценообразования для внутренних и международных рынков;</li><li>- определять стоимость, полезность товара;</li><li>- классифицировать факторы ценообразования;</li><li>- рассчитывать цены на основе различных методов ценообразования;</li><li>- использовать стратегии ценообразования исходя из оценки рыночных условий;</li><li>- разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации.</li></ul> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований;</li> <li>- навыками самостоятельной разработки стратегии ценообразования;</li> <li>- приемами ценообразования на агропродовольственном рынке с использованием современных методов;</li> <li>- 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);</li> <li>- навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1. Теоретические основы ценообразования</p> <p>Тема 2. Методология ценообразования</p> <p>Тема 3. Ценообразование на различных типах рынка</p> <p>Тема 4. Ценовые стратегии и ценовая политика</p> <p>Тема 5. Ценообразование на продукцию агропродовольственного рынка</p> <p>Тема 6. Государственное регулирование цен</p>  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Рейтинговое тестирование  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | Зачет   |



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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | <ul style="list-style-type: none"><li>- УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;</li><li>- ПК-1 Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок</li><li>- 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.</li><li>- 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);</li><li>- 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).</li></ul>   |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретические основы прогнозирования и планирования;</li><li>- факторы, определяющие современное состояние агропродовольственного рынка в России и за рубежом;</li><li>- нормативную базу государственного регулирования АПК;</li><li>- основные научные подходы и методики расчета показателей для составления экономических разделов планов;</li><li>- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности;</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- количественно и качественно оценивать базовый уровень развития агропродовольственного рынка;</li><li>- рассчитывать и обосновывать показатели, необходимые для составления экономических разделов планов;</li><li>- осуществлять расчёты перспектив развития агропродовольственного рынка;</li><li>- рассчитывать показатели, необходимые для составления экономических разделов прогнозов и планов,</li><li>- осуществлять мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнения и изменения в план проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта;</li><li>- анализировать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов;</li></ul> |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности</li> <li>- анализировать монополизации рынка и уровня конкуренции;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными методами прогнозирования и планирования агропродовольственного рынка;</li> <li>- методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- 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.</li> <li>- методиками расчета показателей для составления экономических разделов планов.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1. Основы научного предвидения.</p> <p>Тема 2. Прогнозы и методы прогнозирования.</p> <p>Тема 3. Планы и методы планирования.</p> <p>Тема 4. Основы макроэкономического планирования.</p> <p>Тема 5. Особенности планирования современного сельского хозяйства</p> <p>Тема 6. Макроэкономическое планирование в РФ</p> <p>Тема 7. Планирование развития агропродовольственного рынка</p>   |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа  |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | зачет  |

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

### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Б1.В.ДВ.01.01 «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | 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)  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– сущность конкурентоспособности продовольственных товаров;</li><li>– свойства и показатели ассортимента; управление ассортиментом, ассортиментную политику;</li><li>– факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;</li><li>– особенности формирования спроса и стимулирования сбыта продовольственных товаров;</li><li>– методы маркетинговых исследований на продовольственном рынке;</li><li>– конкурентные стратегии фирм на различных этапах жизненного цикла товаров;</li><li>– управление качеством продовольственных товаров.</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику;</li><li>– осуществлять оценку конкурентоспособности потребительских товаров;</li><li>– изучать потребительский спрос, анализировать динамику товарооборота и других показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий;</li><li>– обосновать выбор необходимой конкурентной стратегии на предприятии.</li></ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методикой определения продуктовых и географических границ рынка, количественных и качественных показателей структуры товарного рынка;</li><li>- навыками организации и проведения экономического расследования при признаках нарушения антимонопольного законодательства;</li><li>- технологией работы с интернет-сайтом Федеральной антимонопольной службы;</li><li>- терминологическим и научно-юридическим понятийным аппаратом;</li><li>- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии;</li><li>- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере предстоящей деятельности.</li></ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                       | <p>Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности продовольственных товаров</p> <p>Тема 2. Классификация и ассортимент продовольственных товаров</p> <p>Тема 3. Критерии и факторы конкурентоспособности продовольственных товаров.</p> <p>Тема 4. Роль стандартизации и сертификации в обеспечении конкурентоспособности продовольственных товаров.</p>   |

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

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | 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)   |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные направления профессиональной, научной и педагогической деятельности, современные средства обработки информации, глобальные информационные системы, экспертные системы, компьютерные сети, системы автоматизированного управления;</li><li>- 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;</li><li>- оценку и анализ основных пропорций развития; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологии, результаты профессиональной деятельности;</li><li>- оценку и анализ основных пропорций развития; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологии, результаты профессиональной деятельности;</li><li>- основные угрозы безопасности бизнеса торговых предприятий;</li><li>- особенности псевдоделовых комбинаций, мошеннических схем, криминальных комбинаций;</li><li>- методику оценки финансового состояния делового партнера;</li><li>- основные типы технических средств охраны и их технические характеристики;</li><li>- особенности охраны офиса и жилища;</li><li>- основные угрозы и меры безопасности при передвижении на автотранспорте;</li><li>- основные требования, предъявляемые к охранникам и телохранителям;</li><li>- технические и другие средства оснащения службы безопасности.</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- проводить самостоятельную работу, в целях профессионального самосовершенствования;</li><li>- планировать и проектировать; управлять коллективом;</li><li>- применять эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений;</li><li>- оценивать эффективность управленческой деятельности</li><li>- выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции</li></ul> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>развития и устойчивости рыночных процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать монополизацию рынка и уровня конкуренции;</li> <li>- анализировать деловые предложения с целью определения уровня представительности, делового веса, надежности намерений инициатора и т.п.;</li> <li>- анализировать Устав потенциального партнера, его финансовое состояние, деловые связи;</li> <li>- защищать различные виды информации, применяя традиционные и нетрадиционные методы;</li> <li>- обеспечивать безопасность перевозок товаров различными видами транспорта;</li> <li>- применять меры по защите безопасной организации отдыха;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами и средствами самостоятельной переработки информации и повышении своего квалификационного уровня;</li> <li>- умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности; принципами построения организаций; возможностями автоматизации управленческой деятельности;</li> <li>- навыками оценки рациональных различий;</li> <li>- навыками оценки деловой активности; специальными приемами при ведении деловых переговоров;</li> <li>- методикой, позволяющей определить репутацию делового партнера;</li> <li>- приемами защиты компьютерной информации</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1. Основы защиты бизнеса</p> <p>Тема 2. Организация защиты бизнеса торгового предприятия</p> <p>Тема 3. Проверка делового партнера</p> <p>Тема 4. Обеспечение информационной безопасности</p> <p>Тема 5. Обеспечение сохранности материально-технических ценностей предприятия</p> <p>Тема 6. Служба собственной безопасности</p>  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа   |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | экзамен  |

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

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>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.</p>   |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>            | <p>ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации</p> <p>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</p> <p>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)</p> <p>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)</p>  |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-основы логистического подхода к организации товародвижения на агропродовольственном рынке;</li> <li>- основы системной организации процессов товародвижения;</li> <li>- специфику применения методов логистики в системах товародвижения;</li> <li>-основные факторы и задачи развития интеграционных процессов в торговле;</li> <li>- основы формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур;</li> <li>-слагаемые эффективности развития торговли на основе концепции логистики.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ставить задачи повышения эффективности функционирования товаропроводящих систем на базе логистической оптимизации управления материальными, информационными и финансовыми потоками, а также решать наиболее распространенные из них;</li> <li>-принимать решения по размещению предприятий торговли;</li> <li>-решать задачи, связанные с организацией товароснабжения и транспортировки грузов;</li> <li>-формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов;</li> <li>-организовывать логистические процессы на складах предприятий торговли;</li> <li>-принимать решения по запасам, логистическому сервису.</li> </ul> <p>владеть:</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментарием логистики для оценки и оптимизации состояния товаропроводящих систем;</li> <li>- методами оптимизации логистических систем на агропродовольственном рынке;</li> <li>- методами выбора логистических каналов, логистических цепей и схем;</li> <li>- методами выбора логистических посредников в каналах распределения;</li> <li>- методами и средствами управления логистическими процессами</li> </ul>  |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Характеристика элементов товаропроводящей системы. Место проектирования товаропроводящих систем в коммерческой деятельности предприятия. Процесс проектирования распределительных товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке.</p> <p>Определение размеров зон потенциального сбыта продукции и услуг</p> <p>Определение количества каналов распределения продукции и услуг.</p> <p>Определение мест расположения региональных дистрибьюторов.</p> <p>Определение длины каналов распределения продукции и услуг.</p> <p>Выбор торговых посредников и оценка их деятельности</p> <p>Контроль деятельности каналов распределения продукции</p> <p>Процесс проектирования концентрационных товаропроводящих систем</p> <p>Анализ качества снабжения предприятия ресурсами. Установление потребностей предприятия в ресурсах</p> <p>Выбор решения «покупать или производить»</p> <p>Определение методов закупок ресурсов</p> <p>Влияние выбора поставщика ресурсов на распределение готовой продукции предприятия. Выбор поставщика ресурсов</p> <p>Процесс проектирования концентрационно-распределительных товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке</p> <p>Процесс проектирования логистических сервисных систем на агропродовольственном рынке</p> <p>Оценка эффективности функционирования товаропроводящих систем на агропродовольственном рынке</p> |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа  |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Модульное тестирование  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | экзамен   |



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.ДВ.04.02 «ЛОГИСТИКА В АПК»**

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представлений о сущности, функциях и методологии логистики;</li> <li>- изучение логистической системы управления материальными, информационными, финансовыми потоками, обеспечивающей высокое качество поставки товаров в организации АПК;</li> <li>- приобретение знаний по организации и функционированию различных видов логистики: закупочной, производственной, распределительной, транспортной и складской в организациях АПК;</li> <li>- овладение навыками исчисления логистических издержек и расчёта эффекта и эффективности от использования логистики в организациях АПК.</li> </ul>  |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>            | <p>ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации</p> <p>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</p> <p>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)</p> <p>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)</p>  |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели, задачи, объект и предмет логистики, основные понятия, которыми оперирует логистика;</li> <li>- принципы построения логистических систем, ключевые вопросы и процедуру разработки логистической стратегии в организациях АПК;</li> <li>- цель, задачи и особенности организации различных видов логистики: закупочной, производственной, распределительной, транспортной и складской в организациях АПК;</li> <li>- классификацию и особенности учёта логистических издержек в организациях АПК;</li> <li>- показатели эффективности использования логистики в организациях АПК.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить задачи повышения конкурентоспособности организаций АПК на базе логистической оптимизации управления материальными потоками;</li> <li>- 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;</li> <li>- разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать решения по размещению складов;</li> <li>- решать задачи, связанные с организацией товароснабжения и транспортировки грузов в организациях АПК;</li> <li>- формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов;</li> <li>- организовывать логистические процессы на складах в организациях АПК;</li> <li>- принимать решения по управлению запасами в организациях АПК.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владение информационными и техническими средствами принятия организационно-управленческих решений;</li> <li>- навыками оценки логических затрат, разработки путей их снижения с целью роста эффекта и эффективности от использования логистики в организациях АПК;</li> <li>- 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);</li> <li>- навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</li> <li>- навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>Тема 1 Понятие, концепции и функции логистики</p> <p>Тема 2 Материальные потоки, логистические операции и потоки</p> <p>Тема 3 Методология логистики</p> <p>Тема 4 Закупочная логистика в АПК</p> <p>Тема 5 Производственная логистика в АПК</p> <p>Тема 6 Распределительная логистика в АПК</p> <p>Тема 7 Транспортная логистика в АПК</p> <p>Тема 8 Складская логистика в АПК</p> <p>Тема 9 Логистическое управление и эффективность логистики в АПК</p>   |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ</b>                       | Лекции, практические занятия  |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>                  | Тестирование  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>                | экзамен   |

## БЛОК 2. ПРАКТИКА. ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

### АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b>  | 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.  |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b>           | УК-1 – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;<br>УК-2 – способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;<br>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;<br>ОПК-2 – способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;<br>ПК-1 – способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок.  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b> | В результате прохождения практики обучающийся должен:<br>Знать:<br>- основы профессиональной деятельности;<br>- средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности;<br>- способы закупок и продажи товаров;<br>- инновационные технологии коммерческой деятельности.<br>Уметь:<br>- самостоятельно овладевать новыми методами исследования;<br>- осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность коммерческой деятельности;<br>- выбирать инновационные способы закупок и продаж товаров;<br>- разрабатывать инновационные технологии коммерческой деятельности.<br>Владеть:<br>- навыками изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности;<br>- средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности;<br>- навыками выбора инновационных способов закупок и продаж товаров;<br>- навыками оценки эффективности инновационных технологий коммерческой деятельности. |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ</b>                         | 1. Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала.<br>2. Определение методов исследования.<br>3. Анализ и обработка фактического материала.<br>4. Формирование выводов по результатам практики.  |

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
|  | 5. Подготовка отчета о практике.  |
| <b>ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b>       | Практические занятия              |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>   | Выполнение индивидуальных заданий |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | Зачет с оценкой                   |

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ПРАКТИКИ</b>  | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ НИР</b>            | УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;<br>ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;<br>ОПК-3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения;<br>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).  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ НИР</b> | В результате прохождения практики обучающийся должен:<br>знать:<br>- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности;<br>- достижения мировой и отечественной экономической науки за последние десятилетия в выбранной области научных интересов, представляет перспективные направления исследований<br>- современные проблемы экономики и торгового дела на уровне предприятия, отрасли, территории, народного хозяйства;<br>- теоретические аспекты избранной темы научного исследования,<br>- место и значимость решения исследуемой проблемы для экономики страны и общества в целом.<br>уметь:<br>осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности<br>- выявлять перспективные направления научных исследований,<br>- обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;<br>- работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур<br>- самостоятельно обрабатывать и анализировать полученные данные, делает обоснованные выводы;<br>- работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;<br>- проводить сравнительный анализ, обобщать и критически оценивать выполненные отечественными и зарубежными учеными |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>научные исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения на основе оценки результатов научных исследований;</li> <li>- всесторонне анализировать выбранную проблему, теоретически обосновывать и систематизировать собственные выводы и результаты исследования.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией и методикой проведения научных исследований;</li> <li>- навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;</li> <li>- навыками критического анализа научной литературы, разработки и формулирования собственных методических подходов к решению проблем;</li> <li>- методами исследования и анализа тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</li> <li>- современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.</li> </ul>   |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ НИР</b> | <p>Во время прохождения практики обучающиеся осуществляют научно-исследовательскую работу в следующих формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-выполнение заданий научного руководителя в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>-ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий;</li> <li>-разбор, конспектирование, рецензирование и обсуждение научных статей и монографий;</li> <li>-обобщение и систематизация теоретических и методических подходов представителей ведущих научных школ по исследуемой проблематике; подготовка квалифицированного литературного обзора и включение его в ВКР;</li> <li>-участие в научной работе организации (по тематике исследования);</li> <li>-выступление на научных конференциях и форумах;</li> <li>-подготовка и публикация авторских и совместных научных статей в научных сборниках и периодических изданиях;</li> <li>-участие в конкурсах научно-исследовательских работ;</li> <li>-участие в реальном научно-исследовательском проекте, выполняемом в организации в рамках полученного гранта (при наличии);</li> <li>-осуществление научного исследования по актуальной проблеме в области коммерции в рамках работы над выпускной квалификационной работой;</li> <li>-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).</li> </ul> |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>           | Защита отчета   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>         | Зачет с оценкой   |

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

|  |  |
|--|--|
| <b>ЦЕЛИ ПРАКТИКИ</b>   | 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.   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ</b>               | УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;<br>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;<br>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;<br>ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности;<br>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.  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b> | В результате прохождения практики обучающийся должен:<br>Знать:<br>- характеристику торгово-технологических процессов, используемых в организации и современным требованиям к ним;<br>- инновации в области коммерческой деятельности, анализ и оценку их экономической эффективности;<br>- особенности организации и управления бизнес-планированием и реализации бизнес-проектов предприятия.<br>Уметь:<br>- обосновывать и выбирать инновационные системы закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;<br>- проводить стратегический анализ проблем предприятия, выбор оптимальных вариантов решения и их практическую реализацию;<br>- разрабатывать и управлять товарной, ценовой и политикой продаж предприятия;<br>- прогнозировать и выбирать тактику и стратегию развития предприятия.<br>Владеть:<br>- современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных;<br>- навыками анализа, оценки и прогнозирования результатов коммерческой деятельности. |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ</b>                          | Прохождение практики предполагает:<br>- рассмотрение общей характеристики организации (предприятия);<br>- анализ состава и эффективности торгово-технологических процессов и хозяйственной деятельности организации (предприятия);<br>- анализ товародвижения и товароснабжения торговой сети;<br>- оценка организационно-управленческой и хозяйственно-экономической эффективности функционирования организации (предприятия);<br>- разработка программы и плана мероприятий по повышению эф-   |

|  |   |
|--|---|
|  | фektivности организационно-управленческой системы, торгово-технологических процессов, распределительной системы и логистики, товарной (ассортиментной) политики, коммуникационной политики и мерчендайзинга и другим направлениям деятельности организации (предприятия). |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>   | Защита отчета   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | Зачет с оценкой   |



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

|   |  |
|---|--|
| <b>ЦЕЛИ<br/>ПРАКТИКИ</b>  | 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.  |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ,<br/>ФОРМИРУЕМЫЕ В<br/>РЕЗУЛЬТАТЕ<br/>ПРОХОЖДЕНИЯ<br/>ПРАКТИКИ</b> | <p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;</p> <p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;</p> <p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;</p> <p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;</p> <p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;</p> <p>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;</p> <p>ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;</p> <p>ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения;</p> <p>ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач;</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок;</p> <p>ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>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;</p> <p>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);</p> <p>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)</p>  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ</b> | <p>В результате прохождения практики обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- классификацию субъектов коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;</li> <li>- содержание и методы разработки стратегии хозяйственной деятельности организации и самостоятельно разрабатывает ее.</li> <li>- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности</li> <li>- управление торгово-технологическим процессом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий;</li> <li>- методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;</li> <li>- этапы формирования, способы оптимизации и управления товарным ассортиментом, способы обеспечения конкурентоспособности товаров;</li> <li>- 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;</li> <li>- порядок оформления и планирования товарных запасов;</li> <li>- систему товародвижения, организацию торгово-технологических процессов;</li> <li>- методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности;</li> <li>- виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;</li> <li>- получать информацию о ходе исполнения обязательств поставщика (подрядчика, исполнителя), проводит экспертизу по-</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>ставленного товара, выполненной работы или оказанной услуги</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять анализ и оценку результатов закупок, достижения целей закупок</li> <li>- разрабатывать нормативные или локальные акты в сфере закупок, проводит их адаптацию в соответствии с изменениями законодательства Российской Федерации в сфере закупок</li> <li>- разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию</li> <li>- разрабатывать политику ценообразования в организации</li> <li>- разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</li> <li>- осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации</li> <li>- анализировать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов</li> <li>- организовывать работу персонала, используя различные модели и методы принятия управленческих решений</li> <li>- принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности</li> <li>- систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия с целью повышения их эффективности применения</li> <li>- осуществлять сбор информации, характеризующей конъюнктуру рынка, бизнес-технологии, результаты профессиональной деятельности</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- методами контроля за реализацией стратегии и оценки ее эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</li> <li>- 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</li> <li>- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности организации;</li> <li>- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления коммерческой деятельности;</li> <li>- умением вести деловые переговоры,</li> <li>- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ</b> | <p>Прохождение практики предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• участие обучающегося в коммерческой деятельности предприятия – объекта преддипломной практики;</li> <li>• внесение обучающимся личного вклада в совершенствование коммерческой и маркетинговой служб предприятия;</li> <li>• применение фундаментальных знаний на преддипломной практики по вопросам, разрабатываемым обучающимся в</li> </ul>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>выпускной квалификационной работе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подтверждение актуальности и практической значимости избранной обучающимся темы исследования;</li> <li>• сбор аналитического материала для выпускной квалификационной работы.</li> </ul> <p>Содержание практики предполагает изучение следующих вопросов:</p> <p>Организационно-экономическая характеристика предприятия;</p> <p>Организация хозяйственных связей на предприятии;</p> <p>Ассортиментная и ценовая политика предприятия;</p> <p>Системы планирования и снабжения на предприятии;</p> <p>Сбытовая деятельность предприятия;</p> <p>Оценка конъюнктуры рынка основных видов продукции, реализуемой предприятием;</p> <p>Виды рисков и основные пути их снижения;</p> <p>Коммерческие инновации;</p> <p>Организация хозяйственных связей на предприятии;</p> |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>   | защита отчета   |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | зачет с оценкой   |

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

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

|   |   |
|---|---|
|   | <p>ПК-1 - Способен осуществлять проверку соблюдения условий контракта и качества представленных товаров, работ и услуг, контроль в сфере закупок;</p> <p>ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;</p> <p>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;</p> <p>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);</p> <p>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).</p>  |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ГИА</b> | <p>Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торговой сфере;</li> <li>- достижения мировой и отечественной экономической науки за последние десятилетия в выбранной области научных интересов;</li> <li>- различные модели и методы принятия управленческих решений;</li> <li>- содержание и методы разработки стратегии хозяйственной деятельности организации;</li> <li>- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности;</li> <li>- основные информационные технологии управления бизнес-процессами;</li> <li>- модели поведения экономических агентов и рынков;</li> <li>- методические подходы к поиску наиболее эффективных решений в организации коммерческой деятельности;</li> <li>- основные результаты новейших исследований по проблемам коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать адекватные способы решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов;</li> <li>- выбрать наиболее подходящие методы для решения практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;</li> <li>- работать с современными национальными и международными профессиональными базами данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;</li> <li>- обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения на основе оценки результатов научных исследований;</li> <li>- применять современные информационные технологии и специализированные пакеты прикладных программ, предназначенные для решения профессиональных задач;</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять анализ и оценку результатов закупок, достижения целей закупок;</li> <li>- разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;</li> <li>- анализировать технологический процесс как объект управления с использованием современных методов;</li> <li>- проводить анализ и оценку бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- анализировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</li> <li>- проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес- процессами;</li> <li>- анализировать поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- управлять развитием организации осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;</li> <li>- научно обосновывать эффективные инвестиционные решения на основе полученных оптимальных решений математических моделей в конкретных объектах инвестирования;</li> <li>- всесторонне анализировать выбранную проблему, теоретически обосновывать и систематизировать собственные выводы и результаты исследования.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией и методикой проведения научных исследований;</li> <li>- методами для решения практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;</li> <li>- современными информационными технологиями и специализированными пакетами прикладных программ, предназначенные для решения профессиональных задач;</li> <li>- современными инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных для решения задач стратегического планирования;</li> <li>- методиками анализа и оценки бизнес-среды организации и эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- методами принятия управленческих решений;</li> </ul> <p>-навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками выбора и применения рациональных методов решения проблем и подготовки обоснованных решений;</li> <li>-методикой построения организационно- управленческих моделей;</li> <li>-методами оценки эффективности бизнес-процессов;</li> <li>-навыками принятия стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности с учетом критериев экономической эффективности и оценки финансовых рисков.</li> </ul> |
| <b>КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ГИА</b> | <p>Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы</p> <p>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.</p> <p>В основной части приводятся данные, отражающие сущность, методику и основные результаты исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• обзор литературы по теме исследования, представление различных</li> </ul>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>точек зрения и обоснование позиций автора, описание методов исследований, методов расчета;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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;</li> <li>• разработка мер и предложения по дальнейшему развитию изучаемого явления, оценка эффективности предлагаемые мероприятия.</li> </ul> <p>В заключении указываются общие результаты, возможные перспективы применения результатов на практике и дальнейшего исследования проблемы</p> |
| <b>ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ</b>   | Предзащита выпускной квалификационной работы  |
| <b>ФОРМЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> | Защита выпускной квалификационной работы  |



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

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>   | <p>Цели дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приобретение обучающимися знаний в сфере управления стратегическим маркетингом в условиях динамичного изменения маркетинговой среды;</li> <li>- формирование навыков разработки, внедрения и совершенствования политики ценообразования в организации</li> <li>- определение роли стратегического и инновационного маркетинга в хозяйственной деятельности предприятия;</li> <li>- развивать способность к решению ключевых компетенций организации, восприимчивости к изменяющимся потребностям рынка;</li> <li>- овладения методикой маркетингового планирования и приобретение навыков подготовки стратегического маркетинга</li> </ul>  |
| <p><b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p>            | <p>ПК 2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации</p>  |
| <p><b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b></p> | <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- концепцию стратегического маркетинга;</li> <li>- методы и модели принятия решений в стратегическом маркетинге;</li> <li>- методы стратегического маркетингового анализа внешней среды организации;</li> <li>- методы стратегического маркетингового анализа внутренней среды организации;</li> <li>- методы и технологии конкурентного анализа и оценки конкурентных преимуществ;</li> <li>- технологии выбора и формирования конкурентных стратегий организации;</li> <li>- комплекс маркетинговых стратегий и технологии их формирования;</li> <li>- воздействие стратегических решений на комплекс операционного маркетинга;</li> <li>- функциональные маркетинговые стратегии;</li> <li>- реализацию маркетинговых стратегий;</li> <li>- маркетинг - аудит стратегического маркетинга.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <p>Разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию</p> <p>Осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации</p> <p>Разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</p> <p>Применять на практике результаты маркетинговых исследований для разработки стратегий по товарному ассортименту, ценам, сбыту, рекламе, сервису;</p> <p>Составлять стандартные пакеты прикладных программ для разработки стратегий.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями и методами стратегического маркетинга</li> <li>- навыками, позволяющими проводить стратегический анализ;</li> <li>- навыками разработки политики ценообразования в организации;</li> </ul> |

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

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

|   |   |
|---|---|
| <b>ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   | <p>Целью освоения учебной дисциплины является:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- усвоение знаний в области инновационных технологий в торговой деятельности и применению инновационных технологий в управлении коммерческой деятельностью;</li><li>- разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации;</li><li>- приобретение умений по применению инновационных технологий в управлении коммерческой деятельностью;</li><li>- формирование необходимых компетенций в сфере использования инновационного механизма в управлении коммерческой деятельностью.</li></ul>   |
| <b>КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>            | <p>УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</p> <p>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.</p>   |
| <b>ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- современные методы анализа технологического процесса как объект управления;</li><li>- модели и методы принятия управленческих решений;</li><li>- инновационные технологии, применяемые для управления коммерческой деятельностью;</li><li>- отечественный и зарубежный опыт развития инновационных технологий.</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- вырабатывать стратегию командной работы;</li><li>- организовать работу персонала</li><li>- организовать обсуждение результатов работы команды;</li><li>- анализировать технологический процесс как объект управления;</li><li>- принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности;</li><li>- решать задачи профессиональной деятельности, связанные с технологическими процессами (бизнес-процессами) на предприятии;</li><li>- оценивать эффективность внедрения инновационных технологий.</li></ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретическими знаниями и практическими навыками работы с информационными системами, применяемыми для управления торговыми предприятиями;</li><li>- специальной терминологией лексикой в области описания технологических процессов (бизнес-процессов), баз данных, управления предприятием, документооборота, защиты информации, обмена информацией;</li><li>- методами оценки экономической эффективности внедрения инновационных технологий и информационных систем.</li><li>- методами анализа технологического процесса как объекта управления</li></ul> |

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