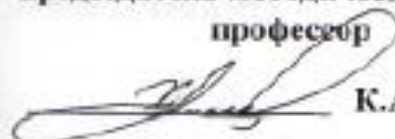


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВПО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ

Проректор по УМР,  
председатель методического совета,  
профессор



К.А. Гасанов

25.03. 2011

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ДГТУ,  
председатель Ученого совета,  
д.т.н., профессор



Т.А. Исмаилов

\_\_\_\_\_ 2011



Номер внутривузовской регистрации

95100400

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

100700.62 – Торговое дело

Профиль подготовки

Коммерция

Квалификация (степень)

Бакалавр

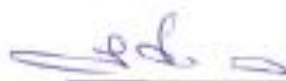
Нормативный срок освоения программы

4 года

Форма обучения

очная

Декан факультета ГИМУ



Х.З. Халимбеков

Зав. кафедрой маркетинга и бизнеса



М.Г. Шабанов

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю подготовки «Коммерция».....	4
1.1. Определение ООП.....	4
1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров .....4 Лица, прошедшие подготовку по данному профилю, могут работать руководителями и специалистами торговых предприятий, маркетинговых служб, отделах логистики компаний, страховых организаций, рекламных и консалтинговых фирм, заместителями директора по коммерческим вопросам, работниками отделов снабжения и сбыта предприятий различных отраслей, в том числе промышленности, сельского хозяйства, строительства, торговли различных форм собственности, отделы маркетинга. ....	5
1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело».....	5
1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата.....	6
1.5. Требования к абитуриенту.....	7
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело.....	8
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	8
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	9
3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения ООП ВПО.....	11
3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками.....	11
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело» профилю «Коммерция».....	17
4.1. График учебного процесса и учебный план).....	17
4.2. Рабочие программы учебных дисциплин направления подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция».....	18
4.3. Программы учебной и производственной практик.....	18
4.3.1. Программа учебной практики.....	19
4.3.2. Программы производственной практики.....	20
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело по профилю «Коммерция».....	23
5.1. Кадровое обеспечение.....	23
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	23
5.3. Материально-техническое обеспечение.....	24
6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.....	26
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело.....	27
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	28
7.2. Фонд контрольных заданий (тестовых заданий, вопросов) для проверки остаточных знаний.....	28
7.3. Требования к содержанию, организации и приобретаемым умениям и навыкам при практической подготовке.....	28
8. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата.....	29
8.1. Программа и процедура итогового государственного экзамена по отдельной дисциплине.....	30
8.2. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена.....	30

8.3. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ.....	30
9. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся .....	31
Приложение 1.....	32
Приложение 2.....	55
Приложение 3.....	74
Приложение 4.....	78
Приложение 5.....	137
Приложение 6.....	149
Приложение 7.....	171
Приложение 8.....	190
Приложение 9.....	211
Приложение 10.....	215
Приложение 11.....	221
Приложение 12.....	238

## **1. Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю подготовки «Коммерция»**

### **Общие положения**

#### **1.1. Определение ООП**

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая в ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет» по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю подготовки «Коммерция», представляет собой систему документов, разработанную выпускающей кафедрой маркетинга и бизнеса, согласованную в установленном порядке и утвержденную Ректором университета с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 мая 2010 г. № 544 а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы (ПрООП).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

#### **1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров**

Специалист торгового дела – центральная фигура торгового бизнеса, выполняющая функции по руководству торговым процессом, регулированию хозяйственных связей по закупке и продаже товаров с поставщиками и подрядчиками, по формированию оптимального ассортимента, организации рекламы товаров и услуг, контролю качества изделий, обслуживанию покупателей. Это универсальный специалист, от результативной работы которого зависит эффективность работы предприятия или фирмы в целом.

Специалист коммерции – это специалист по организации процессов, связанных с куплей-продажей, обменом и продвижением товаров от производителей к потребителям с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Профессиональная деятельность бакалавра по направлению подготовки 100700 Торговое дело включает организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности. Т.о., областью профессиональной деятельности специалиста коммерции является сфера товарного обращения.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: товары потребительского и производственного назначения, услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей, коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логистические процессы, выявляемые и формируемые потребности, средства рекламы, методы и средства испытания и контроля качества товаров, материальные потоки, логистические цепи и системы.

Специальная подготовка бакалавров по профилю «Торговое дело» дает комплекс знаний в области коммерции и маркетинга, а также навыков их практического применения для решения прикладных задач по обеспечению конкурентоспособности предприятия на рынке с учетом интересов общества в целом.

Основными задачами коммерсанта являются:

- умение организовывать оперативную коммерческую работу;
- осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности компании;

- уметь составлять и анализировать финансовую, управленческую и налоговую отчетность,
- владеть методикой оценки качества товаров,
- решать задачи, связанные с планированием и эффективным использованием маркетинговых элементов в торговле.

Лица, прошедшие подготовку по данному профилю, могут работать руководителями и специалистами торговых предприятий, маркетинговых служб, отделах логистики компаний, страховых организаций, рекламных и консалтинговых фирм, заместителями директора по коммерческим вопросам, работниками отделов снабжения и сбыта предприятий различных отраслей, в том числе промышленности, сельского хозяйства, строительства, торговли различных форм собственности, отделы маркетинга.

Выпускник этого профиля будет знать вопросы организации торговой и коммерческой деятельности, товароведение, маркетинг, законодательство, экономику, экономический анализ рынка, товарную инфраструктуру рынка и т.д.

Специалисты данного профиля востребованы для предприятий всех форм собственности и сфер деятельности, в частности, на производственных и торговых предприятиях, трастовых, консалтинговых компаниях, брокерских фирмах, биржах, рекламных агентствах и т.д., поэтому подготовка высококвалифицированных специалистов, способных осуществлять управление конкурентоспособностью компании на основе использования современных методов управления, обеспечит эффективное развитие любой организации и бизнес-структуры. В связи с очевидной потребностью в специалистах данного профиля является необходимой их качественная подготовка.

### **1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело»**

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело» составляют:

1. Закон РФ от 10.07.1992 N 3266-1 (ред. от 28.09.2010) "Об образовании".
2. Федеральный закон от 22.08.1996 N 125-ФЗ (ред. от 27.07.2010) "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" (принят ГД ФС РФ 19.07.1996).
3. Федеральный закон от 24.10.2007 N 232-ФЗ (ред. от 10.11.2009) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)" (принят ГД ФС РФ 11.10.2007).
4. Федеральный закон от 01.12.2007 N 309-ФЗ (ред. от 10.11.2009) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта" (принят ГД ФС РФ 14.11.2007).
5. Постановление Правительства РФ от 24.02.2009 N 142 "Об утверждении Правил разработки и утверждения федеральных государственных образовательных стандартов".
6. Постановление Правительства РФ от 14.02.2008 N 71 "Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении)".
7. Постановление Правительства РФ от 31.03.2009 N 277 (ред. от 24.09.2010) "Об утверждении Положения о лицензировании образовательной деятельности".
8. Постановление Правительства РФ от 14.07.2008 N 522 (ред. от 19.01.2010) "Об утверждении Положения о государственной аккредитации образовательных учреждений и научных организаций".
9. Постановление Правительства РФ от 30.12.2009 N 1136 (ред. от 28.09.2010) "Об утверждении перечня направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, по которым установлены иные нормативные сроки ос-

- воения основных образовательных программ высшего профессионального образования (программ бакалавриата, программ подготовки специалиста или программ магистратуры) и перечня направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицу квалификации (степени) "специалист".
10. Приказ Минобрнауки РФ от 25.01.2010 N 63 "Об установлении соответствия направлений подготовки высшего профессионального образования, подтверждаемых присвоением лицам квалификаций (степеней) "бакалавр" и "магистр", перечни которых утверждены Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 сентября 2009 г. N 337, направлениям подготовки (специальностям) высшего профессионального образования, указанным в Общероссийском классификаторе специальностей по образованию ОК 009-2003, принятом и введенном в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 30 сентября 2003 г. N276-ст".
  11. Приказ Минобрнауки РФ от 17.09.2009 N 337 (ред. от 12.08.2010) "Об утверждении перечней направлений подготовки высшего профессионального образования".
  12. Приказ Минобрнауки РФ от 23.06.2009 N 218 "Об утверждении Порядка создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования".
  13. Приказ Минобрнауки РФ от 21.10.2009 N 442 (ред. от 11.05.2010) "Об утверждении Порядка приема граждан в имеющие государственную аккредитацию образовательные учреждения высшего профессионального образования".
  14. Приказ Федерального агентства по образованию от 10 февраля 2010 г. N 109 "О задачах высших учебных заведений по переходу на уровневую систему высшего профессионального образования".
  15. Инструктивное письмо Минобрнауки России от 28.12.09 № 03-2672 «О разработке примерных основных образовательных программ профессионального образования»;
  16. Инструктивное письмо Минобрнауки России 13.05.2010 № 03-956 «О разработке вузами основных образовательных программ».
  17. Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года № 71 (далее Типовое положение о вузе).
  18. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки высшего профессионального образования бакалавриат, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «22» декабря 2009 года, № 787 (**Приложение 1**).
  19. Дополнение к ФГОС ВПО по направлению подготовки «Торговое дело» с дисциплинами вариативной части с учетом профиля подготовки и с представлением учебных циклов, разделов, трудоемкости, в зачетных единицах и в часах, перечня дисциплин для разработки программ. (**Приложение 2**)
  20. ПрООП ВПО с примерным учебным планом, рекомендованные учебно-методическим объединением по направлению подготовки «Торговое дело». (**Приложение 3**)
  21. Устав ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет».
  22. Внутривузовская система управления качеством подготовки специалистов.

#### **1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата**

##### **1.4.1. Цель ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело**

ООП бакалавриата по направлению подготовки «Торговое дело» предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов

общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки бакалавров.

#### **1.4.2. Срок освоения ООП бакалавриата**

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62- Торговое дело срок освоения ООП, включая последипломный отпуск, составляет 4 года для очной формы обучения и 5 лет – для заочной формы обучения.

#### **1.4.3. Трудоемкость ООП бакалавриата**

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело трудоемкость освоения студентом ООП составляет 240 зачетных единиц (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам) за весь период обучения и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

#### **1.5. Требования к абитуриенту**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, свидетельствующий об освоении содержания образования полной средней школы и наличия сформированных компетенций, включая, в том числе, знание базовых ценностей мировой культуры; владение государственным языком общения, понимание законов развития природы и общества; способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки.

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки 100700 Торговое дело включает: организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Выпускник по направлению Торговое дело может осуществлять свою профессиональную деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли; в снабженческо-сбытовых и логистических подразделениях промышленных предприятий.

Выпускник по направлению «Торговое дело» может занимать следующие должности:

- менеджер отдела закупок/продаж предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий;
- менеджер отдела логистики предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий;
- менеджер по продвижению товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- менеджер по работе с клиентами на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- менеджер отдела маркетинга на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- менеджер отдела стратегического планирования на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- стартап-менеджеры малых и средних предприятий оптовой и розничной торговли;
- бренд-менеджер предприятий оптовой и розничной торговли;
- менеджер по потребительскому сервису на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- менеджер по транспортировке на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- супервайзер по складированию на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- супервайзер по дистрибуции на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- аналитик отдела планирования ассортимента предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий;
- аналитик по операциям дистрибуции на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- аналитик по логистическому планированию на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях;
- экономист финансово-планового управления предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий.

### **2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с п. 4.2 ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: товары потребительского и производственного назначения, услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей, коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логистические процессы, выявляемые и формируемые



потребности, средства рекламы, методы и средства испытания и контроля качества товаров, материальные потоки, логистические цепи и системы.

### 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.3 ФГОС ВПО бакалавр по направлению 100700.62 - Торговое дело готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- торгово-технологическая;
- организационно-управленческая;
- логистическая;
- научно-исследовательская;
- проектная.

### 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.4 ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело бакалавр должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

**1. Торгово-технологическая деятельность:** выявление, формирование и удовлетворение потребностей; разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы; организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг; организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству ее учета; проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов; управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов; определение роли рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке; участие в работе по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии; регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь.

**2. Организационно-управленческая деятельность:** сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации; составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления; соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров; выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров; управление ассортиментом и качеством товаров и услуг; выбор и реализация стратегии ценообразования; организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров; повышение качества торгового обслуживания потребителей; управление товарными запасами и их оптимизация; управление персоналом; анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической или товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия); организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной).

**3. Логистическая деятельность:** выбор или формирование логистических цепей в торговле; участие в разработке логистических схем в торговле; управление логистическими процессами.

**4. Научно-исследовательская деятельность:** организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками.

ми; участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

**5. Проектная деятельность:** разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения с использованием информационных технологий; участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения; проектирование размещения торговых организаций.

### **3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения ООП ВПО**

#### **3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками**

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник в соответствии с п. 5.1 ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело должен обладать следующими компетенциями:

#### **а) общекультурными компетенциями (ОК) :**

- ОК-1 - владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ОК-2 - умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний;
- ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
- ОК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность;
- ОК-5 - готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма;
- ОК-6 - стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков;
- ОК-7 - способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- ОК-8 - осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- ОК-9 - владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;
- ОК-10 - способностью анализировать исторические факты, философские проблемы;
- ОК-11 - готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели;
- ОК-12 - способностью применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умением реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды;
- ОК-13 - владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- ОК-14 - способностью вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**б) профессиональными компетенциями (ПК):***общефессиональными:*

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

*в области торгово-технологической деятельности:*

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

*в области организационно-управленческой деятельности:*

- ПК-8 - способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;
- ПК-9 - способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев;
- ПК-10 - способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;
- ПК-11 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ПК-12 - готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления;
- ПК-13 - способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами;
- ПК-14 - готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

*в области логистической деятельности:*

- ПК-15 - готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;
- в области научно-исследовательской деятельности:

- ПК-16 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;
- ПК-17 - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

*в области проектной деятельности:*

- ПК-18 - способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- ПК-19 - готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В **Приложении 9** приведена матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств.

В результате изучения вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла обучающийся должен:

#### **Знать**

- один из иностранных языков на уровне не ниже разговорного для проведения деловых переговоров с коммерческими партнерами;
- исторические факты относительно общественного развития родного края;
- представление об экономической конъюнктуре товарного рынка;
- особенности поведения потребителей на рынке;
- основы кооперации в торговой деятельности;

#### **Уметь**

- применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности;
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного для проведения деловых переговоров с коммерческими партнерами;
- анализировать исторические факты, философские проблемы общества;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- применять экономические законы и теории, определять экономические показатели, характеризующие рыночную инфраструктуру;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.

#### **Владеть**

- навыками ведения деловых переговоров на одном из иностранных языков;
- навыками анализировать исторические факты, философские проблемы общества;
- методиками применения экономических законов и теории, определять экономические показатели, характеризующие рыночную инфраструктуру;
- навыками анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.

В результате изучения вариативной части математического и естественнонаучного цикла обучающийся должен:

#### **Знать**

- представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний;

- работу с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;
- микробиологические и гигиенические характеристики оценки качества товаров;
- географические аспекты и закономерности развития современной экономики.

#### **Уметь**

- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- осуществлять электронные коммуникации;
- проводить идентификацию товаров, выявлять и предупреждать недоброкачественность товаров на основе проведения микробиологического анализа;
- использовать географические закономерности развития современной экономики с целью определения позиций и дальнейшего развития отечественных и региональных предприятий.

#### **Владеть**

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации,
- имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения вариативной части профессионального цикла обучающийся должен:

#### **Знать**

- социальную значимость своей будущей профессии;
- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- современные концепции организации операционной деятельности;
- основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;
- экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- типовую организационную структуру и систему распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования в социальной среде;
- типовые процедуры и методы контроля и порядок их разработки;
- процессы групповой динамики и принципы формирования команды;
- современные технологии управления персоналом;
- методы управления проектами;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятия;
- экономические основы поведения организаций;
- аспекты разработки и внедрения комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
- организацию и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- роль рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- направления сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;

- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления;
- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- организацию и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- систему управления персоналом;
- выбор или формирование логистических цепей в торговле;
- организацию, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности.

### **Уметь**

- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- планировать операционную (производственную) деятельность организаций;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркетинга;
- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- проводить анализ тенденций развития мирового и российского рынка социальных услуг;
- взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;
- реализовывать подходы и развивать индивидуальные и коллективные знания и компетенции;

- провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать их результаты в контексте целей и задач своей организации.

**Владеть**

- высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- современными технологиями управления персоналом;
- средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;
- методами и программными средствами обработки деловой информации.
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения;
- методами управления товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- методами проведения рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- способами сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
- методами изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- системой составления и организации документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления;
- управлением ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбором и реализацией стратегии ценообразования;
- методами организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- методами построения системы управления персоналом в торговом предприятии;
- способами выбора или формирования логистических цепей в торговле;
- методиками организации и проведения маркетинговых исследований и оценка их эффективности.



#### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело» профилю «Коммерция»**

В соответствии с п. 39 Типового положения о вузе, Уставом университета и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным графиком учебного процесса, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

##### **4.1. График учебного процесса и учебный план (Приложение 3)**

##### ***Календарный учебный график по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю подготовки «Коммерция»***

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ООП ВПО по профилю «Коммерция», включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы. Учебный график разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело, входит в структуру учебного плана и располагается на 1 странице.

##### ***Учебный план подготовки бакалавра по профилю подготовки «Коммерция»***

При составлении учебного плана вуз руководствуется общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7 ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело.

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах и ЗЕТ.

Общая трудоемкость дисциплин (модулей) составляет 8968 часов, 240 ЗЕТ.

Общая трудоемкость практик составляет 540 часов, 15 ЗЕТ.

Аудиторная трудоемкость дисциплин (модулей) составляет 8104 часов, 216 ЗЕТ.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО. В вариативных частях учебных циклов сформированы перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей ООП ВПО.

ООП содержит дисциплины по выбору в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП.

Порядок формирования перечня дисциплин по выбору обучающихся установлен Ученым советом университета.

Доля базовых дисциплин в общем объеме дисциплин по первым трем циклам составляет 47,5%.

Доля дисциплин по выбору студента в общем объеме вариативной части по первым трем циклам составляет 34,2% (в соответствии с п.7.5. не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП).

Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют 48,6% (в соответствии с п. 7.3 ФГОС ВПО не более 50% аудиторных занятий).

Для каждой дисциплины, модуля, практики соответствуют виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития

профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями государственных органов федерального и регионального уровня, органов муниципального управления, общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 100700.62 - Торговое дело максимальный объем учебных занятий обучающихся составляет не более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению ООП. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные занятия по физической культуре.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они составляют 31,4% (не менее 30% аудиторных занятий).

#### **4.2. Рабочие программы учебных дисциплин направления подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция» (Приложение 4)**

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

##### ***Содержание рабочей программы дисциплины***

1. Цели освоения дисциплины.
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.
3. Компетенции, на формирование которых оказывает влияние изучение учебной дисциплины.
4. Структура и содержание дисциплины.
5. Образовательные технологии.
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.
9. Разработанные рабочие программы всех дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору, по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело, находятся на выпускающей кафедре маркетинга и бизнеса.

#### **4.3. Программы учебной и производственной практик**

В соответствии с разделом VII, п.7.15. ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ООП предусматриваются следующие виды практик:

- учебная – 4 недели, на 1 курсе, 2 семестр;
- производственная – 2 недели, на 2 курсе, 4 семестр;
- производственная – 2 недели, на 3 курсе, 6 семестр;
- производственная – 2 недели, на 4 курсе, 8 семестр.

В ООП приведены программы всех практик.

Разделом учебной практики является научно-исследовательская работа обучающихся.

#### **4.3.1. Программа учебной практики (Приложение 5)**

Учебная практика является составной частью учебной программы подготовки студентов.

Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских, творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция». Объемы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело.

Организация практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

Практика осуществляется непрерывным циклом при условии обеспечения логической и содержательно-методической взаимосвязи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Приобретение практикантами опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности в условиях высшего учебного заведения способствует развитию следующих компетенций:

##### ***а) общекультурные компетенции (ОК):***

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способность проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
- способность вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ОК-14.

##### ***б) профессиональные компетенции (ПК):***

- способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной дея-

- тельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11);
- готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- способность проводить научные исследования в профессиональной деятельности (ПК-16).

#### **Программа научно-исследовательской работы.**

Данный раздел включается в ООП в случае, если решением Совета университета один из видов учебной практики заменяет научно-исследовательской работой.

В программе НИР указываются виды, этапы научно-исследовательской работы, в которых обучающийся должен принимать участие. Например: изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний; участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок; осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию); принимать участие в стендовых и промышленных испытаниях опытных образцов (партий) проектируемых изделий; составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию); выступить с докладом на конференции и т.д.).

При разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможность обучающимся:

- осуществлять сбор, обработку и анализ информации по теме (заданию);
- участвовать в проведении научных исследований или в выполнении разработок;
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступить с докладом на конференции.

#### **4.3.2. Программы производственной практики (Приложения 6,7,8)**

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ООП ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Так, целью производственной практики является приобретение студентами таких профессиональных компетенций как навыков решения организационно-экономических и информационных задач; углубление теоретических знаний и закрепление практических навыков разработки документов нормативно-методического обеспечения системы информационного управления организацией:

##### ***а) общекультурные компетенции (ОК):***

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обла-

данием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);

- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8).

**б) профессиональные компетенции (ПК):**

***общепрофессиональными:***

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

***торгово-технологическая деятельность:***

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

***организационно-управленческая деятельность:***

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11)
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14);

***научно-исследовательская деятельность:***

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17);

***проектная деятельность:***

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий (ПК-18);
- готовностью участвовать в реализации проектов в области маркетинговой деятельности (ПК-19).

Для достижения поставленных перед производственной практикой целей важное значение отводится месту прохождения студентами практики. В программе практики определено, что базами практики могут являться организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе службы по информационному управлению.

В программе представлено содержание производственной практики, которое включает сбор информации, характеризующей объект производственной практики – организацию и ее краткую характеристику, показатели производственно-хозяйственной, финансовой и коммерческой деятельности и их анализ информационная обработка.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике.

### **Содержание программ практик**

1. Цели практики.
2. Задачи практики.
3. Место практики в структуре ООП бакалавриата.
4. Формы проведения практики.
5. Место и время проведения практики.
6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики.
7. Структура и содержание практики.
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные
9. технологии, используемые на практике.
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.
11. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики).
12. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.
13. Материально-техническое обеспечение практики. Программа производственной практики.

## **5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело по профилю «Коммерция»**

Ресурсное обеспечение ООП формируется на основе требований к условиям реализации ООП бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки с учетом рекомендаций примерной ООП (ПрООП), и включает в себя кадровое, учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение.

### **5.1. Кадровое обеспечение**

Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Численность профессорско-преподавательского состава кафедры 8 человек, из них: кандидатов наук, профессоров - 1 человек (12,5%), кандидатов наук, доцентов – 2 чел (25%); кандидатов наук, старших преподавателей – 5 человек (62,5%). Количество штатных преподавателей на кафедре - 3 (37,5%). Все штатные преподаватели остепенены. Средний стаж преподавательской работы штатного состава кафедры – 14 лет.

### **5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

Учебно-методическое обеспечение ООП в полном объеме содержится в учебно-методических комплексах дисциплин, практик и итоговой аттестации. Содержание учебно-методических комплексов обеспечивает необходимый уровень и объем образования, включая и самостоятельную работу студентов, а также предусматривает контроль качества освоения студентами ООП в целом и отдельных ее компонентов.

Информационное обеспечение основывается как на традиционных (библиотечных и издательских), так и на новых телекоммуникационных технологиях, что соответствует требованиям государственных образовательных стандартов.

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется библиотекой ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет», которая удовлетворяет требованиям «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения», утвержденного приказом Минобрнауки России от 27.04.2000 г. № 1246.

Обеспеченность обучающихся литературой составляет 5982 экземпляров (708 названия), в том числе фонд учебной и учебно-методической литературы – 5775 экземпляров (682 названий), фонд научных изданий – 207 экземпляра.

С учетом степени устареваемости литературы фонд библиотеки укомплектован изданиями основной учебной литературы, вышедшими за последние 5 лет: по циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин – на 64%, по циклу специальных дисциплин - на 95%; вышедшими за последние 10 лет: по циклу общих математических и естественнонаучных дисциплин – на 94%, по циклу общепрофессиональных дисциплин – на 95%.

Объем фонда основной учебной литературы с грифом Минобрнауки России, других федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации, имеющих в ведении высшие учебные заведения, и учебно-методических объединений вузов России от общего количества экземпляров составляет 16%: по циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин – 70%, по циклу общих математических и естественнонаучных дисциплин – 50%, по циклу общепрофессиональных и специальных дисциплин – 74%.

Обеспеченность обучающихся дополнительной литературой составляет 204 названия (938 экземпляров).

В библиотеке университета функционирует читальный зал.



В университете имеется издательство, осуществляющее подготовку и выпуск необходимой учебной и учебно-методической литературы.

В соответствии со стратегическим планом развития университета в настоящее время в библиотеке осуществляется внедрение системы электронной выдачи заказов на основе использования технологии штрихового кодирования, электронного читательского формуляра, электронного заказа документов, а также электронного продления пользования документами фонда библиотеки.

Информационная система университета реализуется в двух направлениях.

Первое направление включает в себя средства, позволяющие обеспечить:

- информационную поддержку абитуриентов и приемной кампании;
- управление контингентом студентов, ведение их личных дел;
- разработку учебных планов и расчет учебной нагрузки;
- учет договоров и оплаты за обучение;
- информационное обеспечение сессий и учет успеваемости;
- оперативный мониторинг и анализ успеваемости;
- учет кадрового состава преподавателей.

Второе направление решает задачи, связанные с реализацией и обеспечением учебного процесса, в частности:

- накопление, хранение и предоставление студентам электронных ресурсов, входящих в состав учебно-методических комплексов;
- формирование виртуальной сетевой образовательной среды для реализации аудиторных и внеаудиторных видов учебной деятельности студентов и преподавателей;
- обеспечение различных видов контроля освоения студентами учебной программы;
- обработку, хранение и представление информации, сопровождающей персональную учебную деятельность студентов.

### **5.3. Материально-техническое обеспечение**

Университет уделяет значительное внимание расширению и укреплению материальной базы. Он располагает 2-мя учебными и 1-им не сданным в эксплуатацию корпусами, корпусами студенческих общежитий, санаторий профилакторий, 2-х этажным зданием столовой, спортивными площадками, мини-стадионами, издательско-полиграфическим центром и другими объектами инфраструктуры.

Учебные корпуса имеют общую площадь 61 тыс. кв.м, в том числе занятые учебным процессом 48 тыс. кв.м. Кроме того университет имеет договора на безвозмездное использование учебно-производственных площадей базовых предприятий и организаций, являющихся профильными для университета, общей площадью 59,9 тыс. кв. м.

Образовательный процесс в основных учебных корпусах университета организован в одну смену. Поточные лекционные занятия проводятся в специально оборудованных лекционных залах. Лабораторные занятия проводятся в специализированных лабораториях, оснащенных соответствующим учебно-лабораторным оборудованием.

В составе используемых помещений имеются 62 поточные лекционные аудитории, 66 аудиторий для практических и семинарских занятий, 144 специализированных кабинетов и лабораторий, 65 компьютерных классов, в учебном процессе используются 1288 персональных компьютеров.

К общеуниверситетской сети, имеющей выход в Интернет, подключены 950 персональных компьютеров.

Имеется научно-техническая библиотека с читальными залами на 450 посадочных мест.

Университет располагает учебно-научными центрами и производственными базами, которые используются для проведения научных исследований, лабораторных, практических занятий и проведения практик.



Университет располагает 3-мя актовыми залами на 650, 350 и 280 мест, спортивными залами и площадками общей площадью 1.7 тыс. кв.м, а также мини стадионом площадью 4.6 тыс. кв.м. Имеется летний спортивно-оздоровительный лагерь в 30 км от Махачкалы на берегу Каспийского моря на 160 мест с отдельным корпусом для столовой, спортивными площадями в т.ч. с теннисным кортом. Общая площадь оздоровительных комплексов университета составляет 1,69 тыс. кв. м.

Университет располагает необходимой для обеспечения высокого качества учебного процесса студентов учебной и социальной инфраструктурой. Иногородние студенты обеспечены общежитием на 100%. В университетском городке 4 корпуса общежития, общей площадью 15464 кв.м. и 2 корпуса в филиале ДГТУ в г. Дербенте с общей площадью 4203 кв.м.

Материально-техническая база ДГТУ достаточна для реализации образовательной деятельности, соответствует требованиям государственных образовательных стандартов, требованиям безопасности, санитарно-эпидемиологическим и противопожарным требованиям.

## **6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников**

В университете воспитательная деятельность рассматривается как важная и неотъемлемая часть непрерывного многоуровневого образовательного процесса.

Ключевыми идеями современного образования являются идеи демократии, развития и гуманизма. В качестве базовых принципов, на основе которых строится современная система обучения и воспитания выступают: принцип демократизации, принцип плюрализма, многоукладности и вариантности, принципы гуманизации и гуманитаризации, принципы непрерывности и развития.

Качества специалистов, которые должны сформироваться в результате получения университетского технического образования, основанного на изложенных идеях и принципах должны быть следующие:

а) (профессиональные качества) интегративное мышление и системный анализ, интеллектуальная культура, креативный уровень профессиональной деятельности, способность к принятию конструктивных альтернативных решений, способность прогнозировать ситуацию в профессиональной сфере, ответственность за результаты профессиональной деятельности;

б) (гражданские, личностные качества) гуманистическое мировоззрение, нравственность, духовность, устойчивый уровень эстетических и социокультурных потребностей выработка способа жизнедеятельности на основе личностных ориентаций.

Воспитание, как органическая часть образовательной системы, создает условия для развития личности, ее жизненного становления и самоутверждения. Такой подход приводит к определению воспитания как процесс управления развитием личности через создание благоприятной воспитательной среды, ее наполнение разнообразными формами и методами, позволяющими в полном спектре реализовать весь внутренний потенциал каждой личности.

Воспитание студентов осуществляется на основе органического взаимодействия учебного и воспитательного процессов в ходе реализации образовательных программ и программ целенаправленного воспитания во внеучебное время.

Университет призван стать школой социальной зрелости будущего специалиста, школой закалки его социально-профессионального характера. В этих целях необходимо всемерно развивать систему студенческого самоуправления

Воспитательная деятельность регламентируется нормативными документами, основной целью которых является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота.

Основные направления воспитательной деятельности: духовно-нравственное; гражданско-патриотическое и правовое; профессионально-трудовое; эстетическое; физическое; экологическое.

В ДГТУ разработана Программа развития воспитательной деятельности на 2010-2015 годы. На основании программы воспитательной деятельности в университете разработаны и утверждены планы воспитательной работы структурных подразделений, а также реализуются разнообразные проекты по направлениям воспитательной деятельности.

Университет располагает всеми необходимыми условиями и возможностями обеспечить общекультурные (социально-личностные) компетенции выпускников, что неоднократно подтверждалось при получении лицензии на ведение образовательной деятельности, а также успешными карьерными ростом и достижениями его выпускников.

Основные направления педагогической, воспитательной и научно-исследовательской деятельности университета, определяющие концепцию формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций, закреплены в его Уставе.

В целях решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, обеспечен

печения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в университете создан Комитет по делам молодежи и Студенческий совет.

На кафедре маркетинга и бизнеса осуществляются следующие направления воспитательной работы среди студентов.

#### 1. Патриотическое воспитание

Данное направление работы нацелено на формирование у студентов патриотизма, гражданского самосознания, ответственности за судьбу Родины, воспитание любви к родному краю. Патриотическое воспитание предусматривает также участие студентов в различных конкурсах, посвященных истории России, таких как конкурс плакатов к дню Победы в Великой Отечественной войне, а также посещение праздничных концертов, проводимых на внутривузовском и городском уровнях.

#### 2. Эстетическое воспитание

Основной задачей эстетического воспитания является формирование высокого уровня эстетической культуры будущего специалиста, способного реализовывать эстетические нормы в своей профессиональной и общественной деятельности, стать активным носителем эстетических знаний. Результатом эстетического воспитания являются формирование эстетических взглядов и вкусов студентов, углубление их потребности в эстетическом самообразовании.

#### 3. Нравственно-правовое воспитание

В рамках данного направления происходит формирование основ нравственного поведения у студентов (благородства, вежливости, способности к сопереживанию и т.д.). Большое внимание уделяется воспитанию правовой культуры профессиональной деятельности и воспитанию порядочности как базы профессионального поведения.

#### 4. Физическое воспитание

Среди основных задач, решаемых посредством физического воспитания студентов, необходимо отметить формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки к будущей профессиональной деятельности.

#### 5. Экологическое воспитание

Данное направление ориентировано на активизацию деятельности студентов по восстановлению и охране природы, рациональному использованию природных ресурсов. Среди мероприятий экологического характера, в которых студенты принимают наиболее активное участие, можно выделить субботники, проводимые в ДГТУ на регулярной основе (в рамках акции «Чистый двор - Чистая улица - Чистая планета»).

#### 6. Трудовое воспитание

Трудовое воспитание нацелено на получение студентами информации о вакансиях, стажировках и программах набора молодых специалистов, а также на участие студентов в открытых семинарах, тренингах, мастер-классах и деловых играх.

Университет располагает необходимой инфраструктурой. Питание студентов организовано в учебных корпусах Центрами питания с 2 буфетами, которые обеспечивают одновременное обслуживание 500 посетителей.

Медицинское обслуживание студентов осуществляется Республиканским центром охраны здоровья подростков и студенческой молодежи и студенческим здравпунктом (санаторий-профилакторий) на 50 мест со следующими кабинетами: лечебно-физкультурный; лечебно-массажный; процедурный; физиотерапевтический; косметологический. Санаторий-профилакторий расположен на территории университета.

#### **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело**

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело и Типовым положением о вузе, Уставом университета и внутривузовской системой управления качеством подготовки специалистов, оценка качества освоения ООП включает в се-

бя текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП бакалавриата осуществляется в соответствии с Уставом университета и внутривузовской системой управления качеством подготовки специалистов.

### **7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП на кафедре маркетинга и бизнеса созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды по разным дисциплинам включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Текущий контроль знаний студентов имеет многообразные формы:

- устный опрос;
- контрольные работы, в том числе в виде тестов;
- защита лабораторных работ;
- письменные домашние задания;
- доклады по отдельным темам изучаемых дисциплин;
- защита рефератов;
- деловые игры и т.д.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме:

- защиты курсовых работ и проектов;
- зачетов (в том числе в виде тестов);
- экзаменов (в том числе в виде тестов).

В университете также разработано Положение о модульно-рейтинговой системе оценки учебной деятельности студентов;

На основе требований ФГОС ВПО и примерной ПрООП по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю подготовки «Коммерция» разработана матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств. *(Приложение 9)*

### **7.2. Фонд контрольных заданий (тестовых заданий, вопросов) для проверки остаточных знаний**

Разрабатывается кафедрой и входит в состав рабочей программы дисциплин.

### **7.3. Требования к содержанию, организации и приобретаемым умениям и навыкам при практической подготовке**

Требования к практической подготовке и к ее содержанию с точки зрения приобретения компетенций включены в программы практик.

## 8. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата

Итоговая государственная аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения ООП в полном объеме.

**Целью** итоговой государственной аттестации данного профиля является оценка уровня освоенных компетенций выпускника, его готовность к выполнению профессиональных задач в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС по направлению «Торговое дело».

**Задачами** итоговой государственной аттестации являются:

- оценка уровня теоретических знаний, полученных в результате освоения основной образовательной программы;
- оценка самостоятельности исследования актуальных вопросов профессиональной деятельности;
- формирование систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний по специальным дисциплинам;
- оценка навыков выпускника по самостоятельной исследовательской работе, работе с различной справочной, специальной и периодической литературой, а также с электронными и сетевыми информационными ресурсами;
- формирование методики исследования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем;
- оценка использования современных методов аналитической и проектной работы в области экономико-управленческих систем.

Итоговая государственная аттестация включает в себя Государственные экзамены, которые введены по решению Ученого совета вуза и защиту выпускной квалификационной работы.

Государственные экзамены предусматриваются в виде итогового экзамена по отдельной (фундаментальной) дисциплине и итогового государственного междисциплинарного экзамена.

Выпускающая кафедра маркетинга и бизнеса на основе Положения об итоговой государственной аттестации выпускников вузов Российской Федерации, утвержденного Министерством образования и науки РФ, требований ФГОС ВПО и рекомендаций ПрООП по соответствующему направлению подготовки разрабатывает и утверждает требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, а также программу и процедуру проведения государственных экзаменов.

К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой государственной аттестации, допускается лицо, успешно освоившее в полном объеме ООП по направлению подготовки «Торговое дело» профиля «Коммерция», разработанную в соответствии с ФГОС ВПО.

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику присваивается квалификация «бакалавр» и выдается диплом государственного образца о высшем профессиональном образовании.

Государственная аттестационная комиссия по направлению подготовки «Торговое дело» состоит из государственных экзаменационных комиссий по видам итоговых аттестационных испытаний:

- итогового государственного экзамена по отдельной фундаментальной дисциплине
- по приему итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки (бакалавр);
- по защите бакалаврской работы.

Составы Государственных аттестационных комиссий, государственных экзаменационных комиссий по видам итоговых аттестационных испытаний по предложению зав. выпускающей кафедрой утверждаются приказом ректора не позднее, чем за месяц до начала работы государственной аттестационной комиссии (государственных экзаменационных комиссий).

Составы комиссий утверждаются на один календарный год.

Экзаменационные комиссии формируются из профессорско-преподавательского состава и научных работников университета, а также лиц, приглашаемых из сторонних организаций: специалистов предприятий, учреждений и организаций - потребителей кадров данного профиля, ведущих преподавателей и научных работников других высших учебных заведений.

### **8.1. Программа и процедура итогового государственного экзамена по отдельной дисциплине (Приложение 10)**

Программа итогового государственного экзамена по отдельной фундаментальной дисциплине разработана соответствующей кафедрой, за которой закреплена вынесенная на госэкзамен дисциплина «Коммерческая деятельность» и включает тестовые задания или вопросы по всему курсу дисциплины.

### **8.2. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена (Приложение 11)**

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело и профилю «Торговое дело» проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к выпускнику, предусмотренные ФГОС ВПО по направлению «Торговое дело». Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки студентов данного направления.

### **8.3. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ (Приложение 12)**

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются выпускающей кафедрой маркетинга и бизнеса на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВПО в части требований к результатам освоения ООП бакалавриата.

Выпускные квалификационные работы выполняются в форме бакалаврской работы, соответствующей определенным ступеням высшего профессионального образования:

Конкретные требования к содержанию, структуре, формам представления и объемам выпускных квалификационных работ устанавливаются методическими указаниями, разрабатываемыми выпускающими кафедрами. Темы выпускных квалификационных работ определяются соответствующей выпускающей кафедрой. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначаются руководитель и, при необходимости, консультанты.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ и руководителей за студентами оформляется приказом ректора.

### **9. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся**

Компетентность преподавательского состава обеспечивается повышением квалификации, участием в научно-исследовательской и учебно-методической работе. Используется рейтинговая система оценки ППС. Регулярно проводится самообследование по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) реализации ООП.

Также используются следующие нормативно-методические документы и материалы:

- положение об организации учебного процесса с использованием зачетных единиц;
- квалификационные требования по должностям научно-педагогических работников ДГТУ;

- типовая должностная инструкция работника ДГТУ, относящегося к категории профессорско-преподавательского состава;

- положение о системе мониторинга удовлетворенности потребителей качеством процессов и видов деятельности, входящих в область распространения системы качества ДГТУ;

- методическое руководство Проведение исследований, направленных на оценку удовлетворенности внутренних потребителей качеством процессов и видов деятельности, осуществляемых в университете»;

- Положение о модульно-рейтинговой оценке успеваемости студентов;

- Положение о порядке проведения анкетирования студентов и профессорско-преподавательского состава.

**Автор: к.э.н., доцент**

**Э.С. Атуева**

**Рецензент:**

**зам. председателя Комитета по развитию  
малого и среднего предпринимательства РД,  
к.э.н.**

**М.С. Гамидова**

**Программа рассмотрена на заседании Ученого Совета университета от «29» сентября 2011 г., протокол №1.**

## Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»

1. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100700.62 Торговое дело (квалификация (степень) "бакалавр") (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 22 декабря 2009 года N 787) (с изменениями от 31 мая 2011 г.)

### I. Область применения

1.1. Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки 100700 - Торговое дело образовательными учреждениями высшего профессионального образования (высшими учебными заведениями, вузами) на территории Российской Федерации, имеющими государственную аккредитацию.

1.2. Право на реализацию основных образовательных программ высшее учебное заведение имеет только при наличии соответствующей лицензии, выданной уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

### II. Используемые сокращения

В настоящем стандарте используются следующие сокращения:

ВПО - высшее профессиональное образование;

ООП - основная образовательная программа;

ОК - общекультурные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

УЦ ООП - учебный цикл основной образовательной программы;

ФГОС ВПО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования.

### III. Характеристика направления подготовки

Нормативный срок, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах)\* и соответствующая квалификация (степень) приведены в таблице 1.

**Таблица 1. Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация (степень) выпускников**

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	код в соответствии с принятой классификацией ООП	наименование		
ООП бакалавриата	62	бакалавр	4 года	240 <*>

\* Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.



Сроки освоения основной образовательной программы бакалавриата по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения могут увеличиваться на один год относительно нормативного срока, указанного в таблице 1, на основании решения ученого совета высшего учебного заведения.

#### **IV. Характеристика профессиональной деятельности бакалавров**

4.1. Область профессиональной деятельности бакалавров включает: организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

4.2. Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: товары потребительского и производственного назначения, услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей, коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логистические процессы, выявляемые и формируемые потребности, средства рекламы, методы и средства испытания и контроля качества товаров, материальные потоки, логистические цепи и системы.

4.3. Бакалавр по направлению подготовки 100700 - Торговое дело готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

торгово-технологическая;  
 организационно-управленческая;  
 логистическая;  
 научно-исследовательская;  
 проектная.

4.4. Бакалавр по направлению подготовки 100700 Торговое дело должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

##### ***торгово-технологическая деятельность:***

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
- организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
- организация и осуществление контроля качества товаров и услуг, приемки товаров по количеству и качеству ее учета;
- проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- определение роли рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;

- участие в работе по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
- регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;

***организационно-управленческая деятельность:***

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;
- составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления;
- соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
- выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров;
- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- повышение качества торгового обслуживания потребителей;
- управление товарными запасами и их оптимизация;
- управление персоналом;
- анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);
- организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной);

***логистическая деятельность:***

- выбор или формирование логистических цепей в торговле;

- участие в разработке логистических схем в торговле;
- управление логистическими процессами;

***научно-исследовательская деятельность:***

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

***проектная деятельность:***

- разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения с использованием информационных технологий;
- участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
- проектирование размещения торговых организаций.

**V. Требования к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата**

5.1. Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма (ОК-5);

- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-7);
- осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-9);
- способностью анализировать исторические факты, философские проблемы (ОК-10);
- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели (ОК-11);
- способностью применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умением реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды (ОК-12);
- владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-13);
- способностью вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-14).

5.2. Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

***общепрофессиональными:***

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

***торгово-технологическая деятельность:***

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества това-

ров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);

- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-5);
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
- способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-7);

***организационно-управленческая деятельность:***

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11);
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14);

***логистическая деятельность:***

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

***научно-исследовательская деятельность:***

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17);

***проектная деятельность:***

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-18);
- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-19).

## **VI. Требования к структуре основных образовательных программ бакалавриата**

6.1. Основная образовательная программа бакалавриата предусматривает изучение следующих учебных циклов (таблица 2):

гуманитарный, социальный и экономический циклы;  
 естественно-научный цикл;  
 профессиональный цикл;  
 и разделов:  
 физическая культура;  
 учебная и производственная практики и/или научно-исследовательская работа;  
 итоговая государственная аттестация.

6.2. Каждый учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую вузом. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет студенту получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения профессионального образования в магистратуре.

6.3. Базовая (обязательная) часть цикла "Гуманитарный, социальный и экономический цикл" должна предусматривать изучение следующих обязательных дисциплин: "История", "Философия", "Иностранный язык".

Базовая (обязательная) часть профессионального цикла должна предусматривать изучение дисциплины "Безопасность жизнедеятельности".

**Таблица 2. Структура ООП бакалавриата по направлению подготовки  
100700.62 - Торговое дело**

Код УЦ ООП	Учебные циклы и проектируемые результаты их освоения	Трудо- емкость (зачетные едини- цы) <sup>1</sup>	Перечень дис- циплин для раз- работки при- мерных про- грамм, а также учебников и учебных посо- бий	Коды форми- руемых компе- тенций
<p><sup>1</sup> Трудоемкость циклов Б.1, Б.2, Б.3 и разделов Б.4, Б.5 включает все виды текущей и промежуточной аттестаций.</p>				
Б.1	<p>Гуманитарный, социальный и эконо- мический цикл</p> <p>Базовая часть</p> <p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные исторические этапы развития Российского государства;</li> <li>- место и роль философии в обще- ственной жизни;</li> <li>- мировоззренческие социально и лично значимые философские проблемы;</li> <li>- грамматику и орфографию ино- странный языка;</li> <li>- грамматику и орфографию рус- ского языка;</li> <li>- основные экономические поня- тия, законы и теории, показатели их классификации и способы оп- ределения;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать исторические фак- ты; выражать и обосновывать свою позицию по отношению к истори- ческому прошлому;</li> </ul>	<p>50-56</p> <p>25-28</p>	<p>История Философия</p> <p>Иностранный язык Русский язык Экономическая теория</p>	<p>ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-4 ОК-5 ОК-6 ОК-7 ОК-8 ОК-9 ОК-10 ОК-11 ПК-1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать и анализировать философские проблемы;</li> <li>- читать, переводить со словарем, говорить на иностранном языке;</li> <li>- читать и грамотно писать;</li> <li>- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами изучения истории;</li> <li>- навыками чтения, перевода и разговорного иностранного языка;</li> <li>- навыками осознанного чтения;</li> <li>- методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей.</li> </ul>			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	25-28		
Б.2	<p>Математический и естественно-научный цикл</p> <p>Базовая часть</p> <p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическую геометрию и линейную алгебру, теорию вероятностей и статистические методы обработки экспериментальных данных;</li> <li>- общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации;</li> <li>- средства их реализации, программное обеспечение и технологии программирования;</li> <li>- глобальные проблемы окружаю-</li> </ul>	<p>30-36</p> <p>15-18</p>	<p>Математика</p> <p>Информатика</p> <p>Экология</p>	<p>ОК-1</p> <p>ОК-2</p> <p>ОК-4</p> <p>ОК-5</p> <p>ОК-8</p> <p>ОК-12</p> <p>ПК-1</p> <p>ПК-2</p>



	<p>щей среды, экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны природы;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить расчеты математических величин; применять статистические методы обработки экспериментальных данных;</li> <li>- уметь осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными сетями электронно-вычислительных машин;</li> <li>- применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;</li> <li>- средствами реализации информационных процессов;</li> <li>- экономическими методами регулирования природопользования</li> </ul>			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	15-18		
Б.3	<p>Профессиональный цикл</p> <p>Базовая (общепрофессиональная) часть</p> <p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, эконо-</li> </ul>	<p>125-135</p> <p>62-67</p>	<p>Экономика организации</p> <p>Статистика</p> <p>Бухгалтерский учет</p> <p>Маркетинг</p> <p>Коммерческая деятельность</p> <p>Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия</p> <p>Теоретические основы товаро-</p>	<p>ОК-1</p> <p>ОК-2</p> <p>ОК-3</p> <p>ОК-4</p> <p>ОК-5</p> <p>ОК-6</p> <p>ОК-7</p> <p>ОК-8</p> <p>ОК-12</p> <p>ОК-13</p> <p>ОК-14</p> <p>ПК-1</p>

<p>мические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия);</p> <p>- общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности;</p> <p>- сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов, бухгалтерскую отчетность и ее международные стандарты, автоматизацию бухгалтерского учета;</p> <p>- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;</p> <p>- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;</p> <p>- цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;</p> <p>- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметри-</p>	<p>ведения Логистика Менеджмент</p> <p>Правовое регулирование профессиональной деятельности Рекламная деятельность Организация, технология и проектирование предприятий Информационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ПК-17 ПК-18 ПК-19</p>
--	---	--

ческие, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;

- виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;

- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;

- концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;

- сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента; миссии организаций, цели и стратегии управления; управление персоналом;

- цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

- цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности;

- виды и формы рекламы, рекламный процесс, организация рекламных кампаний и акций, оценка их эффективности;

- виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;

- основные понятия, цели, классификацию информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности, электронно-платежные системы;

- основы безопасности жизнедеятельности;

- виды опасностей, способных причинить вред человеку, и критерии их оценки;

уметь:

- определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;

- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;

- проводить учет товаров и материальных ценностей; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;

- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

- применять действующее законодательство в профессиональной

деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

- ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;

- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;

- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;

- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность;

- выбирать логистические цепи и схемы; управлять логистическими процессами компании;

- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;

- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;

- действовать в экстремальных и чрезвычайных ситуациях, применять основные способы выживания;

владеть:

- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;

- методами и средствами управления логистическими процессами;

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;

- навыками и способами оказания первой медицинской помощи в экстремальных ситуациях; навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;

- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;

- умениями вести деловые переговоры;

- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их испол-

	<p>нение;</p> <p>- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;</p> <p>- умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.</p>			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	63-68		
Б.4	Физическая культура	2 (400 часов)		ОК-14
Б.5	Учебная и производственная практики практические умения и навыки определяются ООП вуза	12-15		ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-4 ОК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-15 ПК-16
Б.6	Итоговая государственная аттестация	9		ОК-1 ОК-2 ОК-4 ОК-5 ОК-7 ОК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13

				ПК-14 ПК-15 ПК-16 ПК-17 ПК-18 ПК-19
Б.7	Общая трудоемкость основной образовательной программы	240		

\* Трудоемкость циклов Б.1, Б.2, Б.3 и разделов Б.4, Б.5 включает все виды текущей и промежуточных аттестаций.

\*\* Выбор вузом одной дисциплины из приведенного перечня.

\*\*\* Конкретные профессиональные компетенции выбираются вузом в зависимости от формы итоговой государственной аттестации и наличия профиля обучения.

7.1. Образовательные учреждения самостоятельно разрабатывают и утверждают ООП бакалавриата, которая включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Профиль ООП определяется высшим учебным заведением в соответствии с примерной основной образовательной программой ВПО.

Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

7.2. При разработке ООП бакалавриата должны быть определены возможности вуза в формировании общекультурных компетенций выпускников (например, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера). Вуз обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для всестороннего развития личности.

Вуз обязан способствовать развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

7.3. Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью ООП, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 процентов аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 40 процентов аудиторных занятий.



7.4. В учебной программе каждой дисциплины (модуля, курса) должны быть четко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП. Общая трудоемкость дисциплины не может быть менее двух зачетных единиц (за исключением дисциплин по выбору обучающихся). По дисциплинам, трудоемкость которых составляет более трех зачетных единиц, должна выставляться оценка ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно").

7.5. Основная образовательная программа должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по циклам Б.1, Б.2 и Б.3. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет вуза.

7.6. Максимальный объем учебных занятий обучающихся не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Объем факультативных дисциплин не должен превышать 10 зачетных единиц.

7.7. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы при очной форме обучения составляет не более 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

7.8. В случае реализации ООП бакалавриата в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с Типовым положением об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года N 71 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, N 8, ст.731).

7.9. Общий объем каникулярного времени в учебном году должен составлять 7-10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

В высших учебных заведениях, в которых предусмотрена военная и/или правоохранительная служба, продолжительность каникулярного времени обучающихся определяется в соответствии с нормативными правовыми актами, регламентирующими порядок прохождения службы<sup>1</sup>.

7.10. Раздел "Физическая культура" трудоемкостью две зачетные единицы реализуется:

при очной форме обучения, как правило, в объеме 400 часов, при этом объем практической, в том числе игровых видов, подготовки должен составлять не менее 360 часов.

7.11. Вуз обязан обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных программ.

---

<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Статья 30 Положения о порядке прохождения военной службы, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 16 сентября 1999 года N 1237 "Вопросы прохождения военной службы" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, N 38, ст.4534).

7.12. Вуз обязан ознакомить обучающихся с их правами и обязанностями при формировании ООП, разъяснить, что избранные обучающимися дисциплины (модули, курсы) становятся для них обязательными.

7.13. ООП бакалавриата вуза должна включать: лабораторные практикумы и практические занятия по следующим дисциплинам (модулям) базовой части, формирующим у обучающихся умения и навыки в области: иностранного языка; русского языка; математики; информатики; информационных технологий в профессиональной деятельности; экономики организации; статистики; бухгалтерского учета; маркетинга; коммерческой деятельности; организации, технологии и проектирования предприятий; стандартизации, метрологии, подтверждения соответствия; теоретических основ товароведения; логистики; менеджмента; правового регулирования профессиональной деятельности; рекламной деятельности; экологии; безопасности жизнедеятельности; физической культуры, а также по дисциплинам (модулям) вариативной части, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся соответствующих умений и навыков.

7.14. Обучающиеся имеют следующие права и обязанности:

право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин (модулей, курсов) по выбору, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины (модули, курсы);

право при формировании своей индивидуальной образовательной программы получить консультацию в вузе по выбору дисциплин (модулей, курсов) и их влиянию на будущий профиль подготовки;

право при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов на перезачет освоенных ранее дисциплин (модулей, курсов) на основании аттестации;

обязанность выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ООП вуза.

7.15. Раздел ООП бакалавриата "Учебная и производственная практики" является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Конкретные виды практик определяются ООП вуза. Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются вузом по каждому виду практики.

Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях вуза (учебная практика), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

При проведении аттестации по итогам практики выявляются сформированные общекультурные и профессиональные компетенции.

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты выполненной работы:

по учебной практике - на основании отчета студентов;

по производственной практике - преддипломной практике - на основании отзыва-характеристики с места практики, дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики, а также на основании представления в комиссию по защите практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка (зачет).

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможность обучающимся:

- изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию о достижениях отечественной и зарубежной науки, и техники в соответствующей области знаний;
- участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок;
- осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию);
- принимать участие в стендовых и промышленных испытаниях опытных образцов (партий) проектируемых изделий;
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступить с докладом на конференции.

7.16. Реализация ООП бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, должна быть не менее 50 процентов, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и/или ученое звание профессора должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла должны иметь базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, должны иметь ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу должно быть привлечено не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

До 10 процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

7.17. Основная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин (курсов, модулей) должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети образовательного учреждения.

Внеаудиторная работа обучающихся должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

При этом должна быть обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее, чем для 25 процентов обучающихся.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

7.18. Ученый совет высшего учебного заведения при введении ООП бакалавриата утверждает размер средств на реализацию соответствующих основных образовательных программ.

Финансирование реализации основных образовательных программ должно осуществляться в объеме не ниже установленных нормативов финансирования высшего учебного заведения<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Пункт 2 статьи 41 Закона Российской Федерации "Об образовании" от 10 июля 1992 года N 3266-1 (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 3, ст.150; 2002,

№ 26, ст.2517; 2004, № 30, ст.3086; № 35, ст.3607; 2005, № 1, ст.25; 2007, № 17, ст.1932; № 44, ст.5280).

7.19. Высшее учебное заведение, реализующее ООП бакалавриата, должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

лаборатории: товароведения и экспертизы товаров, информационных технологий, стандартизации, метрологии и сертификации;

специально оборудованные кабинеты и аудитории: истории, философии, иностранного языка, русского языка, математики, коммерческой деятельности, экономической теории, маркетинга и рекламы, менеджмента, бухгалтерского учета, статистики, экономики.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Доступность для студентов к сетям типа Интернет должна быть не менее 80 процентов.

Вуз должен быть обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

### **VIII. Оценка качества освоения основных образовательных программ бакалавриата**

8.1. Высшее учебное заведение обязано обеспечивать гарантию качества подготовки, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;
- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- обеспечения компетентности преподавательского состава;
- регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

8.2. Оценка качества освоения основных образовательных программ должна включать текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

8.3. Конкретные формы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний по каждой дисциплине разрабатываются вузом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

8.4. Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются вузом.

Вузом должны быть созданы условия для максимального приближения программ текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности - для чего, кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов должны активно привлекаться работодатели, преподаватели, читающие смежные дисциплины.

8.5. Обучающимся должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

**8.6. Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы). Государственный экзамен вводится по усмотрению вуза.**

Требования к содержанию, объему и структуре бакалаврской работы, а также требования к государственному экзамену (при наличии) определяются высшим учебным заведением.

**Дополнение к Федеральному государственному образовательному стандарту по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»**

**Перечень дисциплин, дополняющий федеральный государственный образовательный стандарт**

**I. Гуманитарный, социальный и экономический цикл**

1. Основы социального государства.
2. Правоведение.
3. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса.
4. Социально-культурные основы управления бизнес-организацией.
5. История торгового дела в России.
6. Деловой иностранный язык.
7. Иностранный язык второй.
8. История Дагестана.
9. История мировых религий.
10. Конъюнктура товарного рынка.
11. Поведение потребителей.
12. Теория и практика кооперации.
13. Мировая экономика и международная политика.

**II. Математический и естественнонаучный цикл**

1. Основы информационно-аналитической работы в торговле.
2. Экономическая география.
3. Микробиология, санитария и гигиена.
4. Математические методы моделирования торговой деятельности.
5. Математические методы принятия управленческих решений в торговле.
6. Применение программных средств в системе торговых операций.
7. Прикладные математические пакеты.

**III. Профессиональный цикл**

1. Планирование и прогнозирование деятельности торгового предприятия
2. Организация торгового дела.
3. Ценообразование в торговой деятельности.
4. Основы коммерческих расчетов.
5. Инновационный менеджмент.
6. Маркетинг в сфере торговли.
7. Товароведение однородных групп товаров.
8. Управление конкурентоспособностью.
9. Биржевая торговля.
10. Оценка эффективности торговой фирмы.
11. Организация и оплата труда в торговом предприятии.
12. Управление брендом.
13. Экономика и инфраструктура отраслевого рынка.
14. Технология и организация продаж.
15. Организация предпринимательства.
16. Делопроизводство торговой организации.
17. Управление продажами.

18. Организация деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли.
19. Торговый франчайзинг.
20. Международный бизнес и внешнеторговые операции.
21. Организация и техника внешнеторговых операций.
22. Организация предприятий в сфере коммерции.
23. Экономическая безопасность в торговой деятельности.
24. Интернет-торговля.
25. Инновации в торговой деятельности.

Код УЦ ООП	Учебные циклы и проектируемые Результаты их освоения	Трудо- ем- кость (За- четные едини- цы) 1)	Перечень дисцип- лин для разработ- ки примерных программ, а так же учебников и учеб- ных пособий	Коды форми- руемых компетенций
1	2	3	4	5
Б. 1	<b>Гуманитарный, социальный и экономический цикл</b>			
	<b>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору</b>	<b>10-20</b>		
	В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен: <b>Знать:</b> - Категориальный аппарат теории социального государства; основные модели социального государства; способы социальной структуризации и оценки уровня и качества жизни современного общества; сущность, принципы, виды, уровни, направления и инструменты социальной политики и социальной работы в современном государстве; факторы и содержание процесса становления социального государства в России. - Стили современного русского литературного языка, языковую норму, её роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Научный стиль. Специфику использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Официально-		Основы социального государства.	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-10, ПК-2
			Правоведение	ОК-1, ОК-5, ОК-10
		Основы предпринимательской деятельности и бизнеса.	ОК-1, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-2	



<p>деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов.</p> <p>- Лексику по деловому общению, необходимую для успешной устной и письменной коммуникации и организации переговоров; иметь представление о национальных особенностях деловой культуры.</p> <p>- Социальную сущность религии; структурные элементы и социальные функции религии; основные предпосылки ее возникновения; место религии в системе культуры.</p> <p>- Роль руководителя в управлении современной организацией, структуру профессиональных качеств менеджера, нравственные обязанности человека по отношению к другим и самому себе; природу психики, культурные ценности, этические нормы поведения, место культуры и этики в регуляции жизнедеятельности общества, группы и индивида</p> <p>- Современные представления о Пабллик рилейшнз как области знания и сфере профессиональной деятельности, историю становления ПР</p> <p>- Основные формы экономических систем, существовавших в историческом прошлом, сущность, объективную логику и динамику их развития, условия и причины упадка каждой системы и замены её последующей; роль и место государства на различных этапах развития общества и соответствующие этим этапам требования к формам и методам государственного регулирования экономических процессов; основные исторические этапы развития экономической теории и научно-теоретического анализа хозяйственных процессов, объективную обусловленность смены исследовательских программ и аналитических инструментов экономической науки; важнейшие особенности современного этапа развития мировой и российской экономики и экономической науки</p> <p>- об истории Дагестана как о науке, ее месте в системе гуманитарных наук; об</p>		Социально-культурные основы управления бизнес-организацией.	ОК-1, ОК-4, ОК-6, ПК-8, ПК-14
		История торгового дела в России.	ОК-1, ОК-7, ОК-10, ОК-11
		Деловой иностранный язык.	ОК-1, ОК-9, ПК-12
		Иностранный язык второй.	ОК-1, ОК-9
		История Дагестана.	ОК-10

<p>исторических источниках по истории Дагестана и методах работы с ними, об основных этапах истории народов Дагестана и их хронологии.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Осуществлять эффективный поиск информации и профессионально работать с научными и методическими источниками; выявлять общее и особенное в формировании зарубежных и отечественной моделей социальной политики; сравнивать и сопоставлять зарубежный и российский опыт разработки, реализации и оценки социальной политики; извлекать уроки из истории формирования социального государства в зарубежных странах и России и на их основе принимать осознанные решения.</li> <li>- Подготовить речь: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. Основные приёмы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесно оформлять публичное выступление, понятливость, информативность и выразительность публичной речи</li> <li>- Проводить деловые встречи и переговоры, организовывать и проводить ярмарки и выставки, заключать контракты, свободно общаться с носителем языка.</li> <li>- Пользоваться религиозными источниками и литературой.</li> <li>- Пользоваться современными методами оценки профессиональных качеств руководителя, его культурных ценностей и этических норм поведения.</li> <li>- Определить место и роль ПР в структуре и деятельности современной организации</li> <li>- Сравнить отличительные признаки методологических подходов и теоретических позиций представителей различных направлений экономической мысли; анализировать достижения различных экономических школ и направлений; понимать преимущества и недостатки различных подходов к регулированию хозяйственных процессов с учетом национальной специфики той или иной страны.</li> <li>- Выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому народов Дагестана</li> </ul>	История мировых религий.	ОК-10
	Конъюнктура товарного рынка.	ОК-1, ОК-7, ОК-11, ПК-6
	Поведение потребителей.	ОК-1, ОК-7, ОК-11
	Теория и практика кооперации.	ОК-1, ОК-7, ОК-11, ПК-2, ПК-10
	Мировая экономика и международная политика.	ОК-1, ОК-5, ОК-10, ПК-4, ПК-6, ПК-10, ПК-14

	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навыками анализа и оценки социальной политики; методиками оценки уровня и качества жизни; навыками работы с нормативно-правовыми и социально-статистическими источниками.</li> <li>- Приёмами унификации языка служебных документов. Основными направлениями совершенствования навыков грамотного письма и говорения.</li> <li>- Навыками делового общения, работы с деловой документацией, навыками ведения деловой корреспонденции, создания и развития бизнеса</li> <li>- Основами религиозной философии, развивающейся на основе национальных и мировых религий</li> <li>- Грамотным использованием в своей профессиональной деятельности представлений о сущности формирования профессиональных качеств, этики и культуры современного руководителя <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками эффективного использования ПР и СМИ.</li> </ul> </li> <li>- Навыками самостоятельного применения накопленного в истории хозяйственного опыта для оценки экономической ситуации и принятия правильного решения.</li> <li>- Навыками исследовательской деятельности, познавательной и творческой деятельности</li> </ul>			
--	---	--	--	--

Б. 2	Математический и естественнонаучный цикл			
	<b>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору</b>	<b>10-20</b>		
	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Основные математические методы анализа принятия решения; вычислительные алгоритмы построения оптимальных решений.</li> <li>- Теорию кодирования информации и систем счисления; творческий подход к решению задач, оценке необходимости использования компьютера, оценке возможности использования стандартных средств или необходимости разработки программ, работы в коллективе, когда отдельные подзадачи передаются для реализации более компетентным исполнителям; функциональные возможности прикладных и сервисных программ; общую методологию использования программ в профессиональной работе с данными.</li> <li>- Особенности достижения современного постиндустриального (информационного) общества; современного естествознания и особенности их воздействия на развитие естественнонаучные основы современных информационного общества; технологий; естественнонаучные аспекты информационной безопасности и защиты государственной тайны; опасности и угрозы, возникающие в процессе получения, обработки и дальнейшего продвижения информации.</li> <li>- Основные эконометрические модели, применяемые в экономических исследованиях; методы построения эконометри-</li> </ul>		<p>Основы информационно-аналитической работы в торговле.</p>	<p>ОК-1, ОК-8, ПК-11</p>
			<p>Экономическая география.</p>	<p>ОК-1, ОК-11, ОК-12</p>

	<p>ческих моделей объектов, явлений и процессов; методы оценки параметров эконометрических моделей; принципы, методы определения и показатели качества эконометрических моделей; принципы и методы прогнозирования экономических параметров с помощью эконометрических моделей.</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выбирать рациональные варианты действий в практических задачах принятия решений с использованием экономико-математических моделей; применять методы поиска оптимальных решений для задач и моделей различного класса.</li> <li>– Использовать вычислительную технику, как важнейшее средство решения инженерных задач; разрабатывать программы на алгоритмических языках с использованием методов структурного программирования и метод пошаговой детализации; самостоятельно выбирать подходящую структуру данных для программной реализации решаемой задачи; разрабатывать компьютерные программы с учетом современных требований к структуре программы, обеспечению наглядности выводимых результатов, использованию внешних устройств для размещения данных и программных файлов; проводить анализ разрабатываемых алгоритмов и программ для оценки их эффективности и правильности получаемых результатов.</li> <li>- Выявлять социально-значимые пробле-</li> </ul>		<p>Микробиология, санитария и гигиена.</p>	<p>ПК-2, ПК-11, ПК-12, ПК-18</p>
			<p>Математические методы моделирования торговой деятельности.</p>	<p>ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17, ПК-18</p>

	<p>мы и процессы, в том числе в области современного естествознания; осуществлять сбор, анализ и обработку естественно-научной информации, необходимой для решения поставленных профессиональных задач; соблюдать основные требования информационной безопасности и защиты государственной тайны;</p> <p>выстраивать информационную иерархию, отличать значимую информацию от незначительной; правильно оперировать профессионально значимой информацией, в том числе в области современного естествознания.</p> <p>- Осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей; строить простейшие эконометрические модели; определять оптимальный набор объясняющих экономических параметров; проводить идентификацию неизвестных коэффициентов эконометрических моделей различными методами; оценивать качество построенных моделей по статистическим данным; строить точечные и интервальные прогнозы экономических параметров с помощью эконометрических моделей; анализировать и содержательно интерпретировать результаты расчетов; прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне; оценивать точность прогнози-</p>		<p>Математические методы принятия управленческих решений в торговле.</p>	<p>ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17</p>
			<p>Применение программных средств в системе торговых операций.</p>	<p>ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17, ПК-18</p>

	<p>вания и обосновывать полученные выводы.</p> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Навыками применения математических методов оптимизации к исследованию выбираемой предметной области.</li> <li>• Навыками работы на компьютере с использованием современных технологий; навыками разработки программ на алгоритмических языках на основе методов структурного программирования; всем арсеналом методов сервисных программ, который необходим для формирования соответствующих компетенций; всем арсеналом функций прикладных программ, который необходим для формирования соответствующих компетенций</li> <li>- Навыками использования естественно-научных методов для прогнозирования развития социально-значимых проблем и процессов; навыками эффективного использования естественно-научных знаний для решения поставленных профессиональных задач; методикой интерпретации информации; технологиями информационного обмена; способами защиты информации.</li> <li>- Навыками поиска, отбора и предварительной обработки статистических данных для проведения эконометрических исследований из различных источников, включая сетевые ресурсы сети Интернет; современной методикой построения и идентификации эконометрических моделей; методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; методами прогнозирования экономических параметров с помощью эконометрических моделей; методикой использования эконометрических моделей для управления экономическими процессами, при планировании, прогнозировании экономических параметров и в процессе проведения экономических исследований</li> </ul>		Прикладные математические пакеты.	ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17
--	---	--	-----------------------------------	--------------------------------

Б. 3	Профессиональный цикл			
	<b>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору</b>	<b>82-86</b>		
	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p><b>знать:</b></p> <p>-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия);</li> <li>- общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности;</li> <li>- сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов, бухгалтерскую отчетность и ее международные стандарты, автоматизацию бухгалтерского учета;</li> <li>- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;</li> <li>- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;</li> </ul>		<p>Планирование и прогнозирование деятельности торгового предприятия</p> <p>Организация торгового дела.</p> <p>Ценообразование в торговой деятельности.</p> <p>Основы коммерческих расчетов.</p> <p>Инновационный менеджмент.</p> <p>Маркетинг в сфере торговли.</p> <p>Товароведение однородных групп товаров.</p> <p>Управление конкурентоспособностью.</p> <p>Биржевая торговля.</p> <p>Оценка эффективности торговой фирмы.</p>	<p>ОК-4, ОК-11, ПК-4, ПК-6, ПК-9, ПК-11, ПК-14</p> <p>ОК-4, ОК-11, ПК-3, ПК-6, ПК-11, ПК-12</p> <p>ПК-1, ПК-4, ПК-16</p> <p>ПК-1, ПК-4, ПК-6, ПК-16</p> <p>ПК-1, ПК-17</p> <p>ПК-1, ПК-6, ПК-15, ПК-16</p> <p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-7, ПК-19</p> <p>ОК-4, ПК-1, ПК-4, ПК-9, ПК-14</p> <p>ПК-2, ПК-1, ПК-16</p> <p>ОК-7, ПК-1, ПК-4, ПК-14</p>



<p>- цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;</p> <p>- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;</p> <p>- виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;</p> <p>- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;</p> <p>- концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;</p> <p>- сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента; миссии организаций, цели и стратегии управления; управление персоналом;</p> <p>- цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль;</p> <p>- цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности;</p>	<p>Организация и оплата труда в торговом предприятии.</p>	<p>ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОК-7, ОК-13, ПК-5, ПК-8</p>
	<p>Управление брендом.</p>	<p>ПК-1, ПК-6, ПК-16</p>
	<p>Экономика и инфраструктура отраслевого рынка.</p>	<p>ОК-1, ОК-11, ПК-1, ПК-16</p>
	<p>Технология и организация продаж.</p>	<p>ПК-3, ПК-6, ПК-16</p>
	<p>Организация предпринимательства.</p>	<p>ОК-7, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-16</p>
	<p>Делопроизводство торговой организации.</p>	<p>ОК-2, ПК-2, ПК-12</p>
	<p>Управление продажами.</p>	<p>ПК-3, ПК-6, ПК-16</p>
	<p>Организация деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли.</p>	<p>ОК-11, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-10, ПК-13</p>
	<p>Торговый франчайзинг.</p>	<p>ПК-1, ПК-4, ПК-10</p>
	<p>Международный бизнес и внешне-торговые операции.</p>	<p>ОК-1, ОК-5, ОК-10, ПК-4, ПК-6, ПК-10, ПК-14</p>
<p>Организация и техника внешне-торговых операций.</p>	<p>ОК-1, ОК-5, ОК-10, ПК-4, ПК-6, ПК-10, ПК-14</p>	

<p>- виды и формы рекламы, рекламный процесс, организация рекламных кампаний и акций, оценка их эффективности;</p> <p>- виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;</p> <p>- основные понятия, цели, классификацию информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности, электронно-платежные системы;</p> <p>- основы безопасности жизнедеятельности;</p> <p>- виды опасностей, способных причинить вред человеку, и критерии их оценки;</p> <p>уметь:</p> <p>- определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;</p> <p>- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;</p> <p>- проводить учет товаров и материальных ценностей; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;</p> <p>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую</p>	<p>Организация предприятий в сфере коммерции.</p>	<p>ОК-4; ОК- 7; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-6; ПК -12; ПК-13; ПК-19</p>
	<p>Экономическая безопасность в торговой деятельности.</p>	<p>ОК-7, ОК-12, ПК-3</p>
	<p>Интернет-торговля.</p>	<p>ОК-8, ПК-6, ПК-11, ПК-17</p>
	<p>Инновации в торговой деятельности.</p>	<p>ПК-1, ПК-14, ПК-17</p>

	<p>среду организации и конъюнктуру рынка;</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>- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;</li> <li>- ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;</li> <li>- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;</li> <li>- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;</li> <li>- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность;</li> <li>- выбирать логистические цепи и схемы; управлять логистическими процессами компании;</li> <li>- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа инфор-</li> </ul>			
--	--	--	--	--

	<p>мации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;</li> <li>- действовать в экстремальных и чрезвычайных ситуациях, применять основные способы выживания;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;</li> <li>- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;</li> <li>- методами и средствами управления логистическими процессами;</li> <li>- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;</li> <li>- навыками и способами оказания первой медицинской помощи в экстремальных ситуациях; навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;</li> <li>- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной дея-</li> </ul>			
--	--	--	--	--

	<p>тельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умениями вести деловые переговоры;</li> <li>- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение;</li> <li>- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;</li> <li>- умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности;</li> <li>- особенности международной торговли, бизнеса и внешнеэкономических операций;</li> </ul> <p>инновационные способы организации торговли.</p>			
Б.4	Физическая культура	2		ОК-14
Б.5	Учебная и производственная практики практические умения и навыки определяются ООП вуза	6-10		ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-4 ОК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-15 ПК-16
Б.6	Итоговая государственная аттестация	12		ОК-1 ОК-2 ОК-4 ОК-5 ОК-7

				ОК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ПК-17 ПК-18 ПК-19
	Общая трудоемкость основной образовательной программы	240		

## Дополнения к минимуму требований и уровню подготовки выпускника

*В результате изучения вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла обучающийся должен:*

### **Знать:**

- категориальный аппарат теории социального государства; основные модели социального государства;
- социальную значимость своей будущей профессии;
- лексику по деловому общению, необходимую для успешной устной и письменной коммуникации и организации переговоров; иметь представление о национальных особенностях деловой культуры;
- один из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
- социальную сущность религии; структурные элементы и социальные функции религии; основные предпосылки ее возникновения; место религии в системе культуры;
- основные формы экономических систем, существовавших в историческом прошлом, сущность, объективную логику и динамику их развития;
- об истории Дагестана как о науке, ее месте в системе гуманитарных наук;
- исторические факты, философские проблемы;
- экономические законы и теории.

### **Уметь**

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, редактировать тексты профессионального назначения;
- общаться на одном из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; преодолевать локальное сопротивление изменениям;
- повышать свою квалификацию и мастерство;
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

### **Владеть**

- способность анализа, обобщения и восприятия информации;
- методами поиска и применения организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
- экономическими законами и теориями для определения экономических показателей работы организаций;
- способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы;
- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

*В результате изучения вариативной части математического и естественнонаучного цикла обучающийся должен:*

### **Знать:**

- основные математические методы анализа принятия решения; вычислительные алгоритмы построения оптимальных решений;
- особенности достижения □ современного постиндустриального (информационного) общества;
- сущности и значением информации в развитии современного общества;
- методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.

### **Уметь**

- обобщать, анализировать и воспринимать информацию;
- осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

#### **Владеть**

- навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности;
- основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации.

***В результате изучения вариативной части профессионального цикла обучающийся должен:***

#### **Знать:**

- экономические основы поведения организаций;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности продукции;
- основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественно-научных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач;
- информационно-методическое обеспечение коммерческой деятельности;
- методы исследования, анализа и прогнозирования товарных рынков и товарного ассортимента;
- особенности моделирования бизнес-технологий;
- технологию формирования товарного ассортимента и способы ее оптимизации;
- процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли-продажи;
- порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками;
- методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки;
- нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг;
- составляющие системы товародвижения, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек обращения;
- виды товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления;
- формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема;
- торгово-технологические процессы в коммерческой деятельности, особенности их организации и управления;
- организационную структуру предприятия, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;
- методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности предприятия;
- виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности;

#### **Уметь:**

- создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности;
- формировать товарный ассортимент;
- организовать работу с поставщиками и покупателями;
- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;
- управлять товарными запасами;



- применять методы стимулирования сбыта (продажи);
- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность;
- моделировать и проектировать коммерческую деятельность.

**Владеть**

- решать профессиональные задачи;
- организовывать торгово-технологические процессы в коммерческой деятельности;
- моделировать бизнес-технологии в торговой деятельности;
- применять методы исследования, анализа и прогнозирования товарных рынков и товарного ассортимента;
- современной системой управления качеством и обеспечения конкурентоспособности продукции;
- навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- методами стимулирования сбыта (продажи).

**Учебный план направления подготовки бакалавриата с графиком учебного процесса**







### Аннотации рабочих программ

Рабочие программы дисциплин находятся на выпускающей кафедре маркетинга и бизнеса. В таблице представлены аннотации рабочих программ.

#### Профиль «Коммерция»

Код УЦ ООП	Учебные циклы, разделы	Минимум требований к дисциплине	Коды форми- руемых компе- тенций
1	2	3	4
<b>Б.1</b>	<b>Гуманитарный, социальный и экономический цикл</b>		
Б1.Б.1	<b>Базовая часть</b>	<p style="text-align: center;"><b>ИСТОРИЯ</b></p> <p>Закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории. Место и роль России в системе мировых цивилизаций. Процессы складывания Древнерусского государства, его социальная структура, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями, принятие Христианства и его социокультурные и политические последствия. История русских земель в период раздробленности, характер экономических, политических и культурных процессов; объединение русских земель вокруг Москвы; Московское царство в XV - XVII веках, его социально-экономическое, политическое и культурное развитие; особенности российской модернизации в XVIII веке, превращения России в одну из ведущих держав Европы. Важнейшие аспекты внутренней и внешней политики России в XIX столетии, становление нации, социально-экономическое развитие, подъем национальной культуры. История России в новейшее время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения, история русских революций и Советского государства, достижения и противоречия экономического, общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, борьба народа в ходе Великой Отечественной войны. Кризис советской системы, переход к современной России, становление в ней демократии и гражданского общества.</p>	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-5 ОК-10

Б1.Б.2		<p style="text-align: center;"><b>ФИЛОСОФИЯ</b></p> <p>Предмет философии; место и роль философии в культуре; становление философии; основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития; структура философского знания; учение о бытии; монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия; понятия материального и идеального; пространство, время; движение и развитие, диалектика; детерминизм и индетерминизм; динамические и статистические закономерности; научные, философские и религиозные картины мира; человек, общество, культура; человек и природа; общество и его структура; гражданское общество и государство; человек в системе социальных связей; человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость; формационная и цивилизационная концепции общественного развития; смысл человеческого бытия; насилие и ненасилие; свобода и ответственность; мораль, справедливость, право; нравственные ценности; представления о совершенном человеке в различных культурах; эстетические ценности и их роль в человеческой жизни; религиозные ценности и свобода совести; сознание и познание; сознание, самосознание и личность; познание, творчество, практика; вера и знание; понимание и объяснение; рациональное и иррациональное в познавательной деятельности; проблема истины; действительность, мышление; логика и язык; искусство спора; основы логики; научное и вненаучное знание; критерии научности; структура научного познания, его методы и формы; рост научного знания; научные революции и смены типов рациональности; наука и техника; будущее человечества; глобальные проблемы современности; взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-10
Б1.Б.3		<p style="text-align: center;"><b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</b></p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности. Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций,</p>	ОК-1 ОК-9

		<p>выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение специальной психологической лексики на иностранном языке;</li> <li>- овладение устной и письменной коммуникацией на профессиональные темы, как в диалогической, так и в монологической форме;</li> <li>- овладение умением читать и переводить специальную литературу на иностранном языке; - способность писать специальные тексты на иностранном языке.</li> </ul> <p>Кроме этого студенты приобретают некоторые навыки работы с текстом, в частности овладевают навыком оптимизации понимания текста.</p>	
Б1.Б.4		<p style="text-align: center;"><b>РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ</b></p> <p>Стили современного русского литературного языка. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании литературного языка.</p> <p>Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей.</p> <p>Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.</p> <p>Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приёмы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. Основные приёмы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информативность и выразительность публичной речи.</p>	ОК-1 ОК-2 ОК-8



	<p>Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов.</p> <p>Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.</p>	
Б1.Б.5	<p style="text-align: center;"><b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b></p> <p>Введение в экономическую теорию. Блага. Потребности, ресурсы. Экономический выбор. Экономические отношения. Экономические системы. Основные этапы развития экономической теории. Методы экономической теории.</p> <p>Микроэкономика. Рынок. Спрос и предложение. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Факторы спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Эффект дохода и эффект замещения. Эластичность. Предложение и его факторы. Закон убывающей предельной производительности. Эффект масштаба. Виды издержек. Фирма. Выручка и прибыль. Принцип максимизации прибыли. Предложение совершенно конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность конкурентных рынков. Рыночная власть. Монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольное регулирование. Спрос на факторы производства. Рынок труда. Спрос и предложение труда. Зарботная плата и занятость. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Рынок земли. Рента. Общее равновесие и благосостояние. Распределение доходов. Неравенство. Внешние эффекты и общественные блага. Роль государства.</p> <p>Макроэкономика. Национальная экономика как целое. Кругооборот доходов и продуктов. ВВП и способы его измерения. Национальный доход. Располагаемый личный доход. Индексы цен. Безработица и ее формы. Инфляция и ее виды. Экономические циклы. Макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение. Стабилизационная политика. Равновесие на товарном рынке. Потребление и сбережения. Инвестиции. Государственные расходы и налоги. Эффект мультипликатора. Бюджетно-налоговая политика. Деньги и их функции. Равновесие на денежном рынке. Денежный мультипликатор. Банковская система. Денежно-кредитная политика. Экономический рост и развитие. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Платежный баланс. Валютный курс.</p> <p>Особенности переходной экономики России. Приватизация. Формы собственности. Предпринима-</p>	<p>ОК-1 ОК-2 ОК-10 ПК-2</p>

		<p>тельство. Теневая экономика. Рынок труда. Распределение и доходы. Преобразования в социальной сфере. Структурные сдвиги в экономике. Формирование открытой экономики.</p>	
<b>Б1.В.1</b>	<b>Вариативная часть</b>	<p><b>ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА</b></p> <p>Теория социального государства. Общественность как объект и фактор социальной политики. Социальное государство как субъект управления. Основы социальной политики в правовом демократическом государстве. Направления реализации социальных функций государства. Социальная работа как профессионально-деятельностный компонент современного социального государства. Формирование социального государства в современной России.</p>	<p>ОК-1 ОК-5 ОК-6 ОК-7 ОК-10 ПК-2</p>
<b>Б1.В.2</b>		<p><b>ПРАВОВЕДЕНИЕ</b></p> <p>Понятие и признаки правового государства, его функции и их осуществление; теории происхождения государства и права; определение источников права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации, статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности), федеративное устройство государства, конституционные права и свободы и т.д.; основы трудового права; основы международного права, роль современного международного права в обеспечении прав и свобод человека, международно-правовые акты о правах человека и гражданина.</p>	<p>ОК-1 ОК-7 ОК-10 ПК-2 ПК-10</p>
<b>Б1.В.3</b>		<p><b>ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА</b></p> <p>Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности.</p>	<p>ОК-1, ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-7</p>
<b>Б1.В.4</b>		<p><b>СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЕЙ</b></p> <p><b>Целью</b> освоения учебной дисциплины является приобретение умений и формирование компетенций бакалаврами методических основ профессиональной деятельности организации бизнеса на всех этапах жизненного цикла с учетом социо-</p>	<p>ОК-1 ОК-4 ОК-6 ПК-8 ПК-14</p>

		<p>культурных особенностей внешнего окружения.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– овладение основными понятиями в области управления бизнесом;</li> <li>– изучение целей, задач, принципов, объектов, субъектов, средств и методов бизнеса;</li> <li>– приобретение умений использовать инструментарий по оценке социокультурного окружения организаций;</li> <li>– разработка механизма управления бизнес-организацией;</li> <li>– изучить порядок формирования ключевых факторов успеха организации;</li> <li>– определить пути повышения адаптивности бизнеса в социокультурном окружении;</li> <li>– изучить способы влияния на окружение фирмы.</li> </ul>	
Б1.В.5		<p><b>ИСТОРИЯ ТОРГОВОГО ДЕЛА В РОССИИ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины:</b> овладение тем богатейшим наследием, что составляет история российского предпринимательства и формирование у бакалавров на этой основе предпринимательских компетенций, изучить механизмы и организационно-экономические особенности, принципы и инструментальные средства ведения торгового предпринимательства в различных формах и форматах деятельности.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить специфику ведения предпринимательской деятельности в сфере торговли;</li> <li>- освоить принципы и правила создания и ведения торгового предпринимательства;</li> <li>- познакомиться с различными организационно-правовыми формами и форматами торгового бизнеса;</li> <li>- изучить показатели, критерии и методы организации и оценки эффективности вариантов ведения торгового дела;</li> <li>- приобретения умений использовать предпринимательские компетенции в анализе сущности становления и развития сферы торговли в России;</li> <li>- узнать различные нововведения, повышающие конкурентоспособность торговых предприятий.</li> </ul> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины:</b> Слушатель должен</p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационно-правовые основы создания и ведения торговой деятельности;</li> <li>- принципы торгового предпринимательства и методы их реализации;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p>	ОК-1 ОК-7 ОК-10 ОК-11

		<p>- самостоятельно выбирать формы и форматы торговой деятельности;</p> <p>- количественно оценивать основные экономические показатели торгового предприятия;</p> <p><b>владеть навыками:</b></p> <p>- работы на компьютере и другой оргтехники;</p> <p>- практического применения экономико-математических методов.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины:</b> дисциплина состоит из четырех разделов:</p> <p>- организационно-правовые основы и формы ведения торгового дела;</p> <p>- принципы и методы ведения торгового дела;</p> <p>- показатели и критерии оценки конкурентоспособности, устойчивости и эффективности торговой деятельности;</p> <p>- стратегия и тактика управления развитием торговых предприятий на принципах предпринимательства.</p> <p>Общесистемные особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Формирование потребительского рынка. Регулирование сферы обращения. Планирование деятельности торгового предприятия. Основные ресурсы. Экономические показатели. Финансы торгового предприятия. Розничная и оптовая торговая сеть. Торговые процессы и операции в магазине. Организация системы товароснабжения. Товарные склады и их роль в торговой деятельности. Товарные запасы. Эффективность торговой деятельности предприятия.</p>	
<b>Б1.ДВ1</b> 1.		<p align="center"><b>ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</b></p> <p>Деловые встречи. Организация и проведение ярмарок и выставок. Заграничные командировки. Деловые переговоры и заключение контракта. основные формы коммерческих структур. Создание и развитие бизнеса. Менеджмент и маркетинг. Посещение фирм и предприятий. Организация рекламы. Деловая корреспонденция. Запрос и предложения</p>	ОК-1, ОК-9, ПК-12
2.		<p align="center"><b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ВТОРОЙ</b></p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности. Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-9

		<p>ке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций, выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение специальной психологической лексики на иностранном языке;</li> <li>- овладение устной и письменной коммуникацией на профессиональные темы, как в диалогической, так и в монологической форме;</li> <li>- овладение умением читать и переводить специальную литературу на иностранном языке; - способность писать специальные тексты на иностранном языке.</li> </ul> <p>Кроме этого студенты приобретают некоторые навыки работы с текстом, в частности овладевают навыком оптимизации понимания текста.</p>	
<b>Б1.ДВ2</b> 1.		<p style="text-align: center;"><b>ИСТОРИЯ ДАГЕСТАНА</b></p> <p>Основные положения об истории Дагестана как составной части всемирной истории, отечественной истории; о методах и источниках изучения истории Дагестана в эпоху древности. Происхождение дагестанских народностей. Зарождение и развитие феодальных отношений в Дагестане (5-10 вв). Борьба народов Дагестана с иноземными завоевателями. Религиозные верования народов Дагестана в древности и в средние века. Культура народов Дагестана с древнейших времен до конца 16 в. Дагестан в 16-18 века. Внешнеполитическое положение Дагестана в 18 веке. Освободительная борьба народов Северо-Восточного Кавказа в 20-50 гг. 19 века. Дагестан пореформенный период. (60-е г.г. 19 в. и нач. 20 в.). Культура народов Дагестана в 19 – начале 20 вв. Революционное движение Дагестана в начале 20 века. Октябрьская революция 1917 г. и ее отражение в Дагестане. Гражданская война. Основные тенденции развития Дагестана в 20-30г.г. Дагестан в годы Великой Отечественной войны. Социально-экономическое и политическое развитие Дагестана в 50-80г.г. Дагестан на современном этапе.</p>	ОК-10
2.		<p style="text-align: center;"><b>ИСТОРИЯ МИРОВЫХ РЕЛИГИЙ</b></p> <p>Процесс возникновения религии и конфессии. Развитие буддизма и даосизма – V тысячелетие до н.э. Проникновение религии в Северную Африку. История Ветхого завета. Зарождение христианст-</p>	ОК-10

		ва, развитие христианской религии. Возникновение Ислама и основные направления его развития.	
<b>Б1.ДВ3</b> 1.		<p align="center"><b>КОНЬЮНКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Основной целью изучения дисциплины «Конъюнктура товарного рынка» является приобретение знаний и умений по выявлению тенденций развития потребительских рынков, формирование у студентов знаний об экономической конъюнктуре, ее важнейших составляющих, мировых товарных рынков и позиции России на них.</p> <p>В процессе изучения курса предполагается решить следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• изучить основные элементы современного товарного рынка;</li> <li>• раскрыть сущность обмена товарами;</li> <li>• определить организацию товарного рынка в России;</li> <li>• охарактеризовать показатели конъюнктуры мирового рынка;</li> <li>• рассмотреть особенности сегментирования товарного рынка по товарным группам.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Дисциплина входит в вариативную часть цикла дисциплин и курсов по выбору студента. Учебная дисциплина базируется на параллельно изучаемом курсе: «Основы предпринимательской деятельности и бизнеса».</p> <p>3. Требования к результатам освоения дисциплины</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы организации товарного рынка России;</li> <li>- основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, статистические методы оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры;</li> <li>- объекты, формы и средства товарной информации;</li> <li>- принципы, нормативно-правовую базу маркетинговой деятельности, организационные технологии.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <p>применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических, естественных, правовых и технологических дисциплин при анализе товарной информации.</p> <p><b>Владеть:</b></p>	ОК-1, ОК-7, ОК-11, ПК-6

		<p>- основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, статистическими, товароведными и управленческими методами, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>  Виды рынков и их структура. Спрос и предложение. Функция потребления и сбережения. Эластичность спроса. Изменение эластичности спроса. Потребительское поведение. Потребительский выбор. Особенности потребительского спроса. Закон убывающей предельной полезности спроса. Эффект дохода и эффект замещения. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг. Проблемы некачественного товара на российском рынке. Потребности человека. Изучение спроса потребителей. Мотивы потребителей при совершении покупки. Исследование емкости потребительского рынка. Основные параметры рынка. Факторы, влияющие на емкость рынка и их характеристика. Потенциальная емкость рынка. Определение реальной емкости рынка. Исследование рынка потребительских товаров. Инфраструктура потребительского рынка. Изучение и оценка потребительских предпочтений.</p>	
2.		<p style="text-align: center;"><b>ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</b></p> <p><b>Цели освоения дисциплины.</b> Основной целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование у студентов системных знаний, умений и навыков в области управления поведением потребителей, а также развитие инструментальных, межличностных, профессиональных и социально-личностных компетенций как важной составляющей системы компетенций у специалистов в области торгового дела.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.</b></p> <p>Б1. ДВ.3 Профессиональный цикл. Вариативная часть.</p> <p>Дисциплина «Поведение потребителей» является одной из дисциплин, формирующих практические основы блока специальных дисциплин. В основе дисциплины лежат «Психология», «Маркетинг», «Социокультурные основы управления бизнес-организацией».</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>  Понятие поведения потребителей. Сущность</p>	ОК-1, ОК-7, ОК-11 ПК-6

		и классификация потребностей. Факторы формирующие покупательское поведение. Влияние внешней среды на поведение потребителя. Внутренние факторы поведения потребителя. Ресурсы потребителей. Моделирование покупательского поведения. Направления изучения потребителей. Покупательское поведение индивидуального потребителя, его моделирование. Процессы принятия решения потребителем. Особенности процесса принятия решения. Осознание потребности и поиск информации. Оценка вариантов перед покупкой. Покупка. Типы поведения потребителей. Потребление, удовлетворение, освобождение от товара. Покупательское поведение организаций – покупателей. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений. Права потребителя и маркетинг.	
<b>Б1.ДВ3</b> 1.		<p style="text-align: center;"><b>ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КООПЕРАЦИИ</b></p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Основные понятия и категории теории и практики кооперации. Кооперация как форма объединения собственности, хозяйствования и управления. Потребительская кооперация в России. Правовое регулирование потребительской кооперации РФ. Специфика организационно-правовых форм многообразных потребительских кооперативов в РФ. Производственная кооперация. Отражение производственного кооператива в Гражданском кодексе РФ. Функционирование кооперативных организаций в России. Особенности потребительских кооперативов, действующих в различных сферах национальной экономики. Торговая потребительская кооперация системы Центросоюза РФ. Многоотраслевая экономика потребительского общества. Основные тенденции развития аналогов российской потребительской кооперации в мировом аграрном секторе. Социальная деятельность потребительской кооперации. Опыт отдельных регионов России в развитии кооперации. Основные направления развития кооперации в России, регионе, мире. Необходимость государственной поддержки кооперативных организаций. Концепция развития потребительской кооперации до 2015 г. Проблемы и перспективы развития потребительской кооперации.</p>	ОК-1, ОК-7, ОК-11, ПК-2, ПК-10
2.		<p style="text-align: center;"><b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОЛИТИКА</b></p> <p>Мировая экономика как среду международного бизнеса; особенности современной мировой эко-</p>	ОК-1, ОК-5, ОК-10, ПК-4, ПК-6,



		<p>номики; предмет международного бизнеса, субъекты международного предпринимательства (бизнеса); формы и среду действия международного бизнеса; конъюнктуру, конъюнктурообразующие факторы и показатели конъюнктуры международного рынка; международная конкуренция; виды инновационной деятельности в конкуренции; конкурентные преимущества компаний, детерминанты конкурентного преимущества; международный контракт и условия международных контрактов; правила толкования торговых требований – «ИНКОТЕРМС», классификация условий – «ИНКОТЕРМС 2000»; особенности международных торгов; прямое зарубежное инвестирование; полное и совместное владение зарубежными предприятиями, преимущества и недостатки владения зарубежными предприятиями.</p>	<p>ПК-10, ПК-14</p>
<b>Б2.</b>	<b>МАТЕМАТИЧЕСКИЙ И ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫЙ ЦИКЛ</b>		
Б 2.Б.1	<p><b>Базовая часть</b></p>	<p><b>МАТЕМАТИКА</b></p> <p>Базовые понятия и методы линейной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа (дифференциальное и интегральное исчисление, дифференциальные уравнения), а также простейшие примеры их использования для анализа управленческих решений. Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций. Предел числовой последовательности. Предел функции. Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций. Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Выпуклость функций. Линейная алгебра и аналитическая геометрия. Матрицы. Определители и их свойства. Решение линейных систем по формулам Крамера и методом Гаусса. Векторы. Линейные операции над векторами. Базис на плоскости и в пространстве. Скалярное произведение векторов. Прямая на плоскости. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола. Прямая и плоскость в пространстве. Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных. Интегральное исчисление. Дифференциальные уравнения. Ряды. Первообразная и неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения</p>	<p>ОК-1 ОК-2 ПК-1</p>

		<p>определенного интеграла. Несобственные интегралы. Обыкновенные дифференциальные уравнения первого порядка. Дифференциальные уравнения первого порядка: с разделяющимися переменными; линейные уравнения, уравнения Бернулли. Разностные уравнения. Основные понятия теории вероятностей и математической статистики. Элементы комбинаторики и теории множеств. Случайные величины. Законы распределения вероятностей для функций от известных случайных величин. Цепи Маркова и их использование в моделировании социально-экономических процессов. Статистические методы обработки экспериментальных данных. Модель корреляционного анализа. Модель множественной линейной регрессии. Метод наименьших квадратов для получения оценок коэффициентов регрессии. Кластер-анализ.</p>	
Б 2.Б.2		<p style="text-align: center;"><b>ИНФОРМАТИКА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p><b>Цель курса:</b> изучение исходных теоретических представлений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- об информации, данных, знаниях;</li> <li>- о новейших стандартах представления в ЭВМ этих данных и знаний;</li> <li>- о типовых и широко используемых компьютерных методах и средствах их обработки, используемых в современных технологиях;</li> <li>- о путях модернизации информационных и материальных процессов на базе современного оборудования.</li> </ul> <p><b>Задачи курса:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- привить студентам навыки сознательного и рационального использования ЭВМ в своей учебной, а затем профессиональной деятельности.</li> <li>- сформировать информационную культуру студента, под которой понимается умение целенаправленно работать с информацией на компьютере.</li> <li>- развивать логическое мышление, творческий и познавательный потенциал студентов, их коммуникативные способности, используя для этого компьютерный инструментарий.</li> <li>- обучить студентов системному подходу к осмыслению всего, что происходит вокруг него.</li> <li>- убедить студентов в том, что приобретаемые ими знания, в первую очередь, являются средством их развития.</li> </ul> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устройство персонального компьютера;</li> <li>- направления развития вычислительной техники;</li> </ul>	ОК-8, ПК-2, ПК-11, ПК-17, ПК-19

		<p>- возможности современных программных средств.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- пользоваться электронной почтой, текстовым процессором WORD, табличным процессором EXCEL, пакетом баз данных ACCESS;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- приемами антивирусной защиты;</p> <p>- практические умениями и навыками в качестве пользователя персонального компьютера для решения задач поиска и обработки экономической информации.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Ведение в информатику. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Данные и их кодирование. Теория систем счисления. Операционные системы ЭВМ. Основы алгоритмизации и программирования. Базовые средства алгоритмических языков. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Классификация программного обеспечения. Сервисные программы. Текстовые процессоры. Табличные процессоры, функции и диаграммы. Демонстрационная графика. Организаторы работ. Базы данных.</p> <p>Состав и назначение пакета Microsoft Office. Обработка текстовой информации. Редактирование и форматирование текста. Абзацные отступы и интервалы. Печать текста. Работа с редактором формул. Работа в WordArt. Вставка и редактирование рисунка. Обработка числовой информации. Работа с программой Microsoft Excel. Общие правила подготовки ЭТ таблиц. Ввод данных, адресация ячеек. Построение диаграмм и графиков. Расчет заработной платы в программе Microsoft Excel. Базы данных, принципы их построения и функционирования. Этапы создания базы данных (БД). Основные понятия баз данных. Базы данных и системы управления базами данных. Базы данных, принципы их построения и функционирования. Работа с базами данных Microsoft Access. Ввод и редактирование данных в режиме таблиц. Создание структуры баз данных. Разработка однопользовательских форм с помощью мастера. Создание детальных отчетов. Поиск и отбор данных. Формирование запросов. Экспорт и импорт данных в Access. Работа с программой Power Point. Создание презентации. Настройка и демонстрация презентации.</p>	
Б2.Б.3		<p style="text-align: center;"><b>ЭКОЛОГИЯ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Освоение теоретических знаний в области</p>	<p>ОК-1 ОК-12 ОК-13</p>

		<p>экологии, повышение экологической грамотности студентов, их экологическое воспитание, формирование экологического мышления, а также умение применять полученные знания в области природопользования в профессиональной деятельности.</p> <p>В результате изучения дисциплины студенты должны знать Студенты должны:</p> <p><b>Знать:</b> теоретические основы и концепции экологии, методы урбоэкологических исследований. глобальные проблемы окружающей среды, основные законы экологии, экономические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны природы. иметь представления о теории экологии города и ее прикладном применении в практике природопользования; социально-экологической ситуации и состоянии здоровья населения; административно-экономических механизмах экологии. <b>Уметь:</b> применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии. <b>Владеть:</b> экономическими методами регулирования природопользования, методами обеспечения безопасности товаров, людей и окружающей среды от вредных воздействий.</p>	ПК-2
Б2.В.1	<b>Вариативная часть</b>	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В ТОРГОВЛЕ</b></p> <p>Сущность и ключевые понятия информационных технологий организации. Предпосылки развития информационных технологий. Классификация информационных технологий. Информационное и техническое обеспечение информационных технологий организации: роль информации; информационные потоки и их взаимосвязь; классификация информационного обеспечения; персональные данные и их конфиденциальность; средства компьютерной техники, аппаратное обеспечение персональных компьютеров; средства коммуникационной техники; средства организационной техники; автоматизированное рабочее место менеджера как комплекс современных информационных технологий. Математическое и программное обеспечение информационных технологий: понятие о логической и математической формализации; модели представления знаний; экономико-математическое описание задач управления персоналом; классификация и принципы построения математических моделей; виды алгоритмов и способы их описания; общая характери-</p>	ОК-1, ОК-8, ПК-11

		<p>стика и классификация используемых в организациях программных средств. Прикладные программные продукты и тенденции их развития: классификация задач; возможность, целесообразность и необходимость их автоматизации; этапы развития информационных систем и их взаимосвязь с развитием вычислительной техники и средств коммуникаций; новые информационные технологии; принципы выбора программного обеспечения. Информационные технологии формирования политики организации, стратегического и оперативного управления: схема информационных потоков; исходные документы; проектирование базы данных; информационные технологии и этапы формирования стратегии управления; определение потребностей организации. Информационные технологии оценки труда и результатов деятельности персонала организации. Информационные технологии расчета заработной платы: основные задачи модуля «Расчет заработной платы»; расчет с сотрудниками организации; удержание налогов; ведение архива постоянных сведений; формирование документов для других подразделений; формирование документов для налоговых и других государственных органов. Информационные технологии решения учетно-аналитических задач: формы первичной учетной информации; база данных персонального учета; информационная технология ведения оперативного управленческого документооборота.</p>	
Б2.В.2		<p style="text-align: center;"><b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ</b></p> <p>Целями освоения дисциплины являются приобретение студентами базовых экономических и управленческих знаний; овладение способностью к обобщению, анализу, восприятию информации о социально-экономических процессах; обучение дифференцированному подходу к решению конкретных экономических вопросов в зависимости от возможностей и особенностей каждого региона; формирование у студентов систематизированных представлений о процессах становления, функционирования и развития региональных сообществ с учетом их исторических, национально-культурных, демографических, природно-ресурсных, политико-правовых особенностей, их места и роли во внутрироссийских и мировых хозяйственных связях.</p>	ОК-1, ОК-11, ОК-12
Б2.В.3		<p style="text-align: center;"><b>МИКРОБИОЛОГИЯ, САНИТАРИЯ И</b></p>	ПК-2, ПК-11,

		<p style="text-align: center;"><b>ГИГИЕНА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Дисциплина «Микробиология, санитария и гигиена» относится к циклу общепрофессиональных.</p> <p>Цель изучения дисциплины обусловлена возрастающей ролью микробиологии, санитарии и гигиены в практической деятельности человека, охране здоровья, проблемах экологической и генетической безопасности. В связи с этим необходимо приобретение теоретических знаний области санитарии, гигиены и микробиологии, современных тенденциях и перспективах развития, навыках практической работы, необходимых для профессиональной деятельности в области технологии производства продукции растениеводства и воспроизводства плодородия почв.</p> <p><i>Задачи дисциплины</i> - ознакомить с предметом, объектами и методами, задачами микробиологии, санитарии и гигиены, основными природными и производственными процессами, вызванными жизнедеятельностью микроорганизмов, методами их контроля и прогнозирования; оценкой показателей качества и безопасности сельскохозяйственных товаров с точки зрения санитарно-бактериологических критериев, санитарно – технологическими требованиями к помещениям, оборудованию, инвентарю, правилами и нормами гигиены труда.</p>	ПК-12, ПК-18
Б2.В.4		<p style="text-align: center;"><b>МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p>Математические методы и модели в принятии решений. Нелинейные оптимизационные модели и нелинейное программирование Классические методы оптимизации с ограничениями. Линеиное программирование. Транспортная задача. Динамическое программирование. Целочисленная оптимизация. Оптимизация на графах. Сетевого планирования, построение оптимальных маршрутов. Многокритериальные задачи выбора решений. Игровые задачи принятия решений.</p>	ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17, ПК-18
Б2.В.5		<p style="text-align: center;"><b>МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ТОРГОВЛЕ</b></p> <p>Дисциплина посвящена детерминированным методам принятия управленческих решений и принятию решений в условиях неопределенности. Включает в себя: основы теории принятия решений и исследования операций, линейное и нели-</p>	ОК-1, ОК-8, ПК-1, ПК-11, ПК-17

		<p>нейное программирование, дискретное (целочисленное) программирование, теорию графов, динамическое программирование, основы математической теории принятия решений в условиях неопределенности, конфликтные ситуации и теорию игр, многокритериальные задачи принятия решений. Предусмотрена отработка навыков подготовки и принятия управленческих решений с реализацией типовых задач менеджмента на компьютере. Задачи дисциплины заключаются в следующем: - вооружить будущих менеджеров основами теории разработки и принятия управленческих решений; научить анализировать любую экономико-организационную проблему с помощью системного анализа; показать, каким образом эти проблемы могут быть структурированы и решены с помощью соответствующих методов, методик, приемов и т.п.; - подготовить их к активному участию в управлении производством, издержками, формированием прибыли, финансами и т.п. с широким использованием персональных компьютеров. Проникновение математики в экономику и управление. Роль и значение экономико-математических моделей и методов в совершенствовании управления. Объективная необходимость и значение применения. Экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Границы и области эффективного применения экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Классификация экономико-математических моделей и методов подготовки УР. Сетевые модели и методы планирования и управления. Аналитические методы. Статистические методы. Метод математического программирования. Матричный метод. Методы психологической активизации. Метод конференции идей. Метод мозговой атаки. Метод вопросов и ответов. Теоретико-игровой метод. Перечень профессиональных интересов основных участников производственных совещаний. Основные элементы технологии реализации теоретико-игрового метода. Метод сценариев. Метод дерева решений. Основы эвристических методов. Классы задач, решаемых эвристическими методами. Характерные наборы приемов эвристических методов: "Критика очевидных решений"; "Замена терминов определениями"; "Формулирование обратной задачи". Общие сведения о критериях оценки. Метод простой ранжировки. Метод задания весовых коэффициентов. Метод последовательных сравнений. Метод парных сравнений.</p>	
Б2.В.6		<b>ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ</b>	ОК-1, ОК-8,

		<p style="text-align: center;"><b>В СИСТЕМЕ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью освоения учебной дисциплины является приобретение умений и формирование компетенций бакалаврами методических и практических основ использования офисного программного обеспечения в повседневной деятельности организаций малого бизнеса.</p> <p>В ходе изучения дисциплины студент должен решать следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладение основными понятиями СУБД;</li> <li>- освоение технологии конструирования и связывания реляционных таблиц,</li> <li>- конструирование и использование запросов;</li> <li>- освоение технологии конструирования и использования форм;</li> <li>- конструирование и использование отчетов.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Данная учебная дисциплина относится к блоку дисциплин профильной вариативной части математического и естественнонаучного цикла дисциплин направления «Торговое дело», что означает формирование в процессе обучения у студента профессиональных знаний и компетенций в рамках выбранного образовательного направления, а также навыков самостоятельной работы в области торгового дела. В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: информатика, математика.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся со следующими темами: понятие о базах данных и системах управления ими, инфологическая модель базы данных, основные виды моделей, реляционные модели данных, основные сведения о СУБД ACCESS, основные объекты БД Access, таблицы, запросы, формы, отчеты.</p>	ПК-1, ПК-11, ПК-17, ПК-18
Б2.В.7		<p style="text-align: center;"><b>ПРИКЛАДНЫЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАКЕТЫ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Современное математическое программное обеспечение: основные виды, возможности, области применения. Языки программирования и библиотеки подпрограмм. Специализированные и универсальные математические пакеты. Системы компьютерной алгебры и универсальные системы численных расчетов. Применение специализированных (GAMS) и универсальных математических пакетов. Пакеты моделирования системной динамики. Специализированные пакеты статистиче-</p>	ОК-1 ОК-8, ПК-1 ПК-11 ПК-16 ПК-17



		<p>ского анализа данных. Средства графической визуализации. Современные средства подготовки научных докладов и публикаций.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Б.2.В.7. Дисциплина относится к вариативной части дисциплин естественно-математического цикла.</p> <p>Курс предназначен для исследования функциональных возможностей пакета программ Microsoft Office, познакомить студентов с общей методологией его использования в экономической сфере. В состав пакета входит текстовый процессор Word – используемый для создания текстовых документов. Табличный процессор Excel - самая распространенная и мощная информационная технология для профессиональной работы с данными. Access – современная информационная система связанная с организацией хранения и обработки данных. Power Point – программа, предназначенная для подготовки отчетов, докладов, презентаций с использованием мультимедиа.</p> <p>Изучение курса «Программные средства офисного назначения» обеспечивает базовую подготовку специалистов в области экономики и управления.</p> <p><b>Структура дисциплины и содержание дисциплины</b></p> <p>Структура и состав информационной системы коммерческой деятельности. Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий. Виды информационных систем, их создание и оптимизация. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга. Компьютерные сети. Сетевая навигация. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Технология Интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство. Программные продукты в маркетинге. Эффективность информационной системы маркетинга.</p>	
<b>БЗ</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ</b>		
	<b>Базовая</b>		

Б3.Б.1	часть	<p style="text-align: center;"><b>ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины</b> Освоение студентами теоретических знаний в области экономики и управления предприятием, приобретение умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области экономической деятельности организаций.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты финансово-экономической деятельности;</li> <li>- методологические основы анализа и планирования организации;</li> <li>- методику расчета эффективности финансово-экономической деятельности организации и использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать основные показатели деятельности организации, выявлять недостатки и находить пути их устранения;</li> <li>- планировать и прогнозировать финансово-экономическую и хозяйственную деятельность, используя методы, позволяющие оптимизировать плановые задания и обеспечить максимальную прибыль при минимальных затратах.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками и методами оценки эффективности хозяйственной деятельности организации и использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов;</li> <li>- умениями и навыками сбора, группировки и систематизации информации, необходимой для анализа и планирования деятельности организации;</li> <li>- методологией (методиками, методами, инструментами) анализа и планирования хозяйственной деятельности организации и умением выбрать и использовать такие из них, которые позволят разработать оптимальные, достоверные, реальные и обоснованные планы и прогнозы.</li> </ul>	ПК1, ПК2, ПК3, ПК4, ПК16, ПК 18
--------	-------	--	--

Б3.Б.2		<p style="text-align: center;"><b>СТАТИСТИКА</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины:</b> освоение теоретических знаний в области статистики, приобретение умений использования методов получения и обработки статистической информации, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций.</p> <p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p> <p><b>Знать:</b>  общую теорию статистики, цели, принципы, функции, объекты, средства и методы статистики, анализ, этапы экономико-статистических исследований, область применения статистического учета, категории и понятия статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b>  применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности; применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью.</p> <p><b>Владеть:</b>  аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях.</p> <p><b>Сущность и содержание дисциплины:</b>  Статистика и ее информационная база: роль статистики, ее задачи и организация; статистическое наблюдение; обеспечение качества статистической информации; сводка и группировка материалов статистического наблюдения. Статистическая совокупность и ее характеристики: абсолютные, относительные и средние величины; статистические распределения и их основные характеристики; выборочный метод наблюдения. Статистическое изучение взаимосвязей и динамики: методы изучения корреляционной связи; методы обработки и анализа рядов динамики; индексный метод анализа в экономико-статистических исследованиях. Значение социально-экономической статистики и ее содержание в современных условиях: роль и значение социально-экономической статистики; основные направления развития российской статистики. Статистика населения и рынка труда: статистика населения; статистика рынка труда и трудовых ресурсов. Макроэкономические показате-</p>	ОК-1 ОК-7 ОК-8 ОК-11 ПК-14
--------	--	---	--

		<p>тели в системе национальных счетов: СНС как система взаимосвязанных макроэкономических показателей; основные направления статистического анализа макроэкономических показателей. Статистика национального богатства: современная концепция национального богатства и баланс активов и пассивов; статистика основных фондов; статистика материальных оборотных активов. Статистика уровня и качества жизни населения: статистика заработной платы и расходов на рабочую силу; статистика доходов населения; статистика расходов и потребления населения; статистика уровня жизни и развития человеческого потенциала.</p>	
БЗ.Б.3		<p style="text-align: center;"><b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ</b></p> <p>Цели и задачи учета в принятии управленческих решений: сущность, содержание и основные понятия бухгалтерского финансового и управленческого учета, экономического анализа; бухгалтерский баланс, счета и двойная запись; организация бухгалтерского учета: система сбора и обобщения информации об активах, капитале и обязательствах организации, необходимой для составления бухгалтерской отчетности, а также для разработки управленческих решений; контроль и оценка результатов деятельности; методы калькулирования себестоимости и системы учета затрат; приемы и способы формирования информации в целях принятия управленческих решений; анализ безубыточности и способы его использования в целях формирования информации для принятия оперативных управленческих решений; калькуляция себестоимости по нормативным издержкам, виды отклонений; калькуляция себестоимости с полным распределением затрат и по переменным издержкам.</p> <p>Место экономического анализа в комплексе дисциплин по управлению: история и перспективы развития экономического анализа содержание, предмет и задачи экономического анализа научно-теоретические и методологические основы финансово-экономического анализа; роль экономического анализа в управлении организацией; виды, направления и основные методы анализа; анализ финансовой устойчивости и ликвидности, кредитно- и платежеспособности организации; содержание финансового и управленческого анализа и последовательность его проведения; анализ эффективности капитальных и финансовых вложений.</p>	ОК-8 ПК-11 ПК-12

Б3.Б.4		<p style="text-align: center;"><b>МАРКЕТИНГ</b></p> <p><b>Целью дисциплины</b> «Маркетинг» является формирование у студентов маркетингового мировоззрения, получения ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний. Задачей учебного курса является знакомство учащихся с основными положениями теории маркетинга, обучение их приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.</p> <p>Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга. Формирование системы управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, формирование и классификация функций маркетинга, выделение комплексных и частных функций маркетинга; место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления организации. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге; реализация конкретных путей покрытия потребности в</p>	ОК-4, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-11, ПК-13
--------	--	--	--------------------------------------

		зависимости от целей организации и ситуации на рынке.	
Б3.Б.5		<p style="text-align: center;"><b>КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b> Целью дисциплины является овладение студентами организации коммерческой деятельности, а также действиями, которые будут способствовать ее совершенствованию на предприятиях в отраслях народного хозяйства и сфере услуг.</p> <p><b>Задачами дисциплины являются:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление и изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельностью по отраслям и сферам применения;</li> <li>- планирование и организация процессов закупки и продажи товаров на предприятиях различных сфер и отраслей;</li> <li>- формирование товарного ассортимента предприятия с учетом его особенностей при осуществлении хозяйственной деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;</li> <li>- организация поставок товаров и процессов товародвижения на рынке товаров;</li> <li>- организация системы сбыта товаров на отраслевом рынке и его стимулирования;</li> <li>- моделирование коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;</li> <li>- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;</li> <li>- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена, инфраструктуры рынка.</li> </ul> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности;</li> <li>- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;</li> <li>- договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением;</li> <li>- государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблю-</li> </ul>	ОК-4; ОК-7; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-6; ПК-12; ПК-13; ПК-19

		<p>дение;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях;</li> <li>- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации;</li> <li>- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;</li> <li>-осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Сущность и содержание коммерческой деятельности; классификация субъектов коммерческой деятельности; организация коммерческой деятельности при прямых связях между производителями и потребителями товаров и услуг; коммерческая деятельность на рынке, осуществляемая через торгово-посреднические звенья. Коммерческая деятельность предприятий по сбыту продукции. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах. Оптовая торговля товарами. Розничная торговля товарами. Организация таможенных операций. Развитие лизинга (финансовой аренды) в России. Франчайзинг в рыночной экономике. Особенности коммерческой работы в сфере услуг. Роль банков в коммерческой деятельности; организация и техника операций на биржах, аукционах, торгах, ярмарках; техника проведения операций по торговле лицензиями; контракт купли-продажи, его содержание, подготовка и исполнение. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров. Организация биржевой торговли. Торговля на аукционах (тендерах). Правовое обеспечение коммерческой деятельности.</p>	
--	--	--	--

БЗ.Б.6		<p style="text-align: center;"><b>СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью изучения дисциплины «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» является – приобретение студентами знаний, умений и навыков работы с нормативными документами на товары и услуги для последующего их применения в решении проблем, возникающих в деятельности по направлению подготовки 100700-«Торговое дело»; изучение теоретических основ стандартизации, метрологии, сертификации (подтверждение соответствия) и применение этих знаний в условиях, имитирующих профессиональную деятельность специалиста, направлено на обеспечение качества товаров и услуг.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p> <p><b>Знать:</b> цели, принципы, сферы, применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия; -основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; -целевое назначение технической документации, необходимой для использования в процессе распознавания форм подтверждения соответствия различия международных и национальных единиц измерения; -в процессе эксплуатации технико-технологических средств предприятия;</p> <p><b>Уметь:</b> -применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения; -применять технологическое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами; -профессионально пользоваться технической документацией технологического оборудования складов, торгово-технологического оборудования магазинов; -разрабатывать проекты стандартов торговых предприятий, проводить работы по стандартизации метрологии и подтверждению соответствия; -аналитическими методами для оценки эффектив-</p>	ПК-2, ПК-11, ПК-12, ПК-18
--------	--	---	------------------------------------



		<p>ности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;</li> <li>-умением вести деловые переговоры;</li> <li>-навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;</li> <li>-умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности;</li> <li>-умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации.</li> </ul>	
БЗ.Б.7		<p style="text-align: center;"><b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины</b></p> <p>Освоение теоретических знаний и практических умений в области товароведения использование этих знаний в профессиональной деятельности, формирование необходимых компетенций в этой области.</p> <p>Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины: Экономическая теория; Математика; Экология; Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p> <p><b>Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения;</li> <li>- характеристики товаров;</li> <li>- классификацию ассортимента потребительских товаров;</li> <li>- виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;</li> <li>- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать ассортимент, оценивать качество товаров;</li> <li>- учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы;</li> <li>- получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товаров из маркировки и</li> </ul>	<p>ОК-3 ОК-6 ПК-2 ПК-3 ПК-7 ПК-12</p>

	<p>товаро-сопроводительных документов;</p> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с товарами разного назначения;</li> <li>- навыками работы с нормативными документами по оценке качества соответствия;</li> <li>- навыками управления информационного обеспечения товароведной деятельности</li> </ul>	
БЗ.Б.8	<p style="text-align: center;"><b>ЛОГИСТИКА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области коммерческой логистики как управления сквозными потоковыми процессами на всех этапах воспроизводственного цикла в соответствии с рыночным спросом, с целью обеспечения системной взаимосвязи распределения с производством и закупками.</p> <p><b>Задачи курса:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов, будущих специалистов в области коммерческой деятельности, знаний, умений и навыков профессионального решения следующих задач:</li> <li>- повышение конкурентоспособности фирмы за счет создания логистической системы управления материальными, информационными, финансовыми потоками, обеспечивающей высокое качество поставки товара;</li> <li>- ориентация на многоаспектную системную интеграцию с бизнес-партнерами, обеспечивающую высокую эффективность товаропроводящих систем от первичного источника сырья до конечного потребителя;</li> <li>- обеспечение договорных обязательств фирмы с минимальными логистическими издержками.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Дисциплина «Логистика» относится к базовой части профессионального цикла.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Задачи и функции логистики. Факторы и тенденции развития логистики. Принципы логистики. Информационная логистика. Механизмы закупочной логистики. Логистика производственных процессов. Организация материальных потоков в производстве. Организация производственного процесса во времени. Логистика распределения и сбыта. Логистика запасов. Транспортная логистика. Логистика сервисного обслуживания. Организация логистического управления.</p>	<p>ОК-1 ОК-4 ОК-7 ПК-5 ПК-6 ПК-9 ПК-11 ПК-13 ПК-15 ПК-17 ПК-18 ПК-19</p>
БЗ.Б.9	<p style="text-align: center;"><b>МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины</b></p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3,</p>

		<p>Освоение студентами теоретических знаний в области менеджмента и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Торговое дело».</p> <p><b>Раздел 1. История управленческой мысли.</b> Природа управления и исторические тенденции его развития. Этапы и школы в истории менеджмента. Общая теория управления. Разнообразие моделей менеджмента.</p> <p><b>Раздел 2. Теория организации.</b> Организация как объект менеджмента. Основные бизнес-процессы в организации. Цели, принципы и методы управления. Основные функции менеджмента. Организационная культура. Процесс принятия и реализации управленческих решений.</p> <p><b>Раздел 3. Организационное поведение.</b> Основные концепции взаимодействия людей в организации. Групповая динамика и формирование группового поведения в организации. Командообразование в Менеджменте. Процесс коммуникации и эффективность управления. Лидерство в организации. Управление конфликтами в организации. Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p> <p><b>Знать:</b> сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента, цели и стратегии организации, управление персоналом.</p> <p><b>Уметь:</b> ориентироваться в вопросах управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом.</p> <p><b>Владеть:</b> методами подготовки и реализации управленческих решений, налаживания коммуникаций, мотивации работников, разрешения конфликтов, сбора, обработки и анализа информации по отдельным проблемам менеджмента.</p>	<p>ОК-4, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ПК-2, ПК-8, ПК-9, ПК-14, ПК-17</p>
--	--	--	---

БЗ.Б.10		<p style="text-align: center;"><b>ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью курса является приобретение знаний, умений и навыков правовой работы в области коммерческой деятельности, углубленное изучение действующего законодательства и правовых инструментов, а также требований, установленных положениями договоров; формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в области торгового дела.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов знаний в области предпринимательского права и выработка умений грамотно применять нормативно-правовые акты по предмету предпринимательской деятельности;</li> <li>- юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства;</li> <li>- разрабатывать документы правового характера, давать квалифицированные юридические заключения и консультации;</li> <li>- принимать правовые решения и совершать иные юридические действия в точном соответствии с законом.</li> </ul> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- источники и принципы предпринимательского права;</li> <li>- порядок регистрации и ответственность предпринимателей;</li> <li>- организационно-правовые формы в предпринимательстве;</li> <li>- виды сделок и обязательств в предпринимательской деятельности.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заключать и исполнять договора в предпринимательской деятельности;</li> <li>- применять нормативно-законодательные акты при принятии решений в предпринимательстве;</li> <li>- использовать способы защиты прав субъектов предпринимательства.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаниями по защите вещных прав и прав интеллектуальной собственности;</li> <li>- навыками составления договоров в предпринимательской деятельности</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Понятие российского предпринимательского права. Субъекты предпринимательского права. Объекты предпринимательского права. Правовые ос-</p>	<p>ОК-1 ОК-2 ПК-2 ПК-10 ПК-12</p>
---------	--	---	---

		<p>новы приватизации государственного и муниципального имущества. Предпринимательские сделки и их правовая форма. Законность и правопорядок в предпринимательских правоотношениях.</p> <p>Ответственность за правонарушения в сфере предпринимательства. Защита имущественных и неимущественных прав и интересов предпринимателей. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Правовое регулирование экономической (хозяйственной) деятельности предпринимателей. Правовое регулирование инвестиционной деятельности. Правовое обеспечение конкуренции и ограничения монополистической деятельности на товарных рынках. Правовые основы инновационной деятельности. Правовое регулирование рекламы. Правовое регулирование внешне экономической деятельности.</p> <p>Правовое регулирование свободных экономических зон.</p>	
Б3.Б.11		<p style="text-align: center;"><b>РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины</b></p> <p>Получение студентами базовых знаний в области организации и управления рекламной деятельностью, приобретение навыков практической работы в данной сфере.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b></p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен</p> <p><b>Знать:</b> историю развития рекламной деятельности, особенности современной рекламы, ее место в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций, правовые основы осуществления рекламной деятельности, цели, сущность, этапы, принципы взаимодействия участников рекламного процесса;</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять анализ состояния, основных трендов и проблем развития рынка; проводить маркетинговые исследования для рекламных целей; определять цели рекламной деятельности и разрабатывать рекламную стратегию организации; осуществлять планирование и проведение рекламных кампаний; проводить разработку и экспертизу рекламной продукции, выбирать средства размещения рекламы товаров/услуг для продвижения их на рынке с учетом финансовых возможностей организации, прогнозировать и анализировать эффективность рекламной деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> определять роль рекламы в торгово-</p>	ОК-1; ОК-2; ОК-4; ОК-8; ПК-2; ПК-11; ПК-17; ПК-19

		технологической деятельности; осуществлять разработку рекламных сообщений, отвечающих требованиям наглядности, доступности и адресности рекламы, с помощью самых современных компьютерных программ; составлять рекламные тексты и разрабатывать рекламную продукцию с учетом правовых и нравственных норм, принятых в обществе; составлять и проверять правильность составления рекламной документации.	
БЗ.Б.12		<p style="text-align: center;"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины.</b> Целью изучения дисциплины «Организация, технология и проектирование предприятий» является изучение организации и технологии торговых процессов в тесной увязке с функционированием и организацией материально-технической базы и коммерческой деятельностью торговых предприятий по направлению подготовки 100700 – «Торговое дело» в условиях рыночных отношений; формирование у будущих специалистов знаний и практических навыков рациональной организации торгово-технологических процессов в оптовой и розничной торговле, а также умение проектировать и управлять ими на уровне торговых предприятий; знакомство с новейшими достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий товародвижения; приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации складских и торговых процессов; освоение новых подходов к созданию современных интегрированных торговых систем. Знание, умение и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.</p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-техническим процессом, организацию труда и управления на предприятиях, принципы, нормы методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;</li> <li>-виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;</li> <li>-виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-определить ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;</li> <li>-применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;</li> </ul>	<p>ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОК-4 ОК-7 ОК-12 ПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-11 ПК-12 ПК-17 ПК-18 ПК-19</p>

		<p>-проводить учет товаров и материальных ценностей; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;</p> <p>-выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуры рынка;</p> <p>-выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договора и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;</p> <p>-умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.</p>	
БЗ.Б.13		<p align="center"><b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины:</b> освоение студентами теоретических знаний и практических умений в области современных информационных и коммуникационных технологий, формирование компетенций по их применению для совершенствования коммерческой деятельности современных предприятий и организаций, решения задач управления и принятия решений в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Торговое дело».</p> <p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>современные достижения в области информационных и коммуникационных технологий управления, организационных структур и технического обеспечения информационных систем управления экономическими объектами;</p> <p>принципы принятия и реализации экономических и управленческих решений, процедуры и программные средства обработки коммерческой информации, интегрированные информационные технологии управления, инструментальные средства компьютерных технологий информационного обслуживания коммерческой деятельности;</p> <p>компьютерные технологии интеллектуальной поддержки принятия управленческих решений, перспективы развития информационных систем управления в экономике;</p> <p>структуру и элементы современного рынка информационных продуктов и услуг;</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-8, ПК-4, ПК-9, ПК-11, ПК-17

		<p>угрозы обеспечения безопасности сохранности информации в ЭВМ, способы и средства защиты и профилактики;</p> <p>телекоммуникационные технологии обработки мультимедийной информации и их возможности в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b>          обрабатывать справочно-аналитические материалы, разрабатывать модели бизнес-процессов применять информационные технологии для принятия научно, документально и экономически обоснованных управленческих решений;          использовать документальные поисковые системы и поисковые глобальных вычислительных сетей для анализа информационных ресурсов в области экономики и управления.          реализовывать основные мероприятия по обеспечению сохранности и безопасности информации с использованием типового программного обеспечения ЭВМ;          осуществлять хранение, поиск, сортировку и обмен информацией с использованием сетевых, телекоммуникационных технологий.</p> <p><b>Владеть:</b>          Умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товаро-ведной деятельности организации.</p>	
БЗ.Б.14		<p><b>БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>Цель изучения дисциплины</b> формирование у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека.</p> <p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b></p> <p><b>Знать:</b>          -основы физиологии труда; классификацию негативных факторов среды обитания и их воздействия на человека; идентификацию опасностей технических систем и защиту от них; правовые нормативно-технические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; поражающие и вредные факторы в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p><b>Уметь:</b>          -проводить контроль параметров негативных воздействий; применять средства защиты от негативных воздействий окружающей среды; разрабатывать, организовать и внедрять мероприятия по защите производственного персонала и населения от</p>	ОК-1 ОК-3, ОК-4 ОК-12 ОК-13 ПК-9



		<p>негативных воздействий в чрезвычайных ситуациях и повышению экологичности и безопасности производственной среды.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- культурой мышления, ставить цели и выбирать пути достижения; основами психологического тренинга;</li> <li>- навыками принятия оптимальных решений; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;</li> <li>- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</li> </ul> <p><b>Содержание дисциплины:</b></p> <p>Общие вопросы безопасности жизнедеятельности: законодательство, нормативная и нормативно-техническая документация по обеспечению безопасности жизнедеятельности; техногенные опасности и защита от них; пожарная безопасность; социальная и медицинская безопасность; обеспечение безопасности в процессе трудовой деятельности; экономический эффект защитных мероприятий. Безопасность в чрезвычайных ситуациях (ЧС): нормативная и правовая база РСЧС и ГО; ЧС мирного и военного времени; основа защиты населения и территорий в ЧС; прогнозирование и оценка обстановки в ЧС; устойчивость работы объекта экономики в ЧС; ликвидация последствий ЧС; оценка ущерба от ЧС.</p>	
БЗ.В.1	<p><b>Вариативная часть</b></p>	<p align="center"><b>ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ</b></p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Планирование как принцип, метод и функция управления. Логический процесс в планировании. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Иерархия производственных планов, вспомогательные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Прогнозы и ориентиры. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль. Прогнозирование (предвидение) внешней среды; экономическое и техническое прогнозирование</p>	<p>ОК 1 ОК-4 ПК-9 ПК-11</p>

	вание. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.	
Б3.В.2	<p style="text-align: center;"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОГО ДЕЛА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью дисциплины является теоретическое изучение и практическое освоение студентами, торговых процессов в тесной увязке с функционированием и организацией материально-технической базы и коммерческой деятельностью торговых предприятий.</p> <p><b>Задачами курса являются:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у будущих специалистов знаний и практических навыков рациональной организации торгово-технологических процессов в оптовой и розничной торговле, а также умения проектировать и управлять ими на уровне торговых предприятий;</li> <li>- знакомство с новейшими достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий товародвижения;</li> <li>- приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации складских и торговых процессов;</li> <li>- освоение новых подходов к созданию современных интегрированных торговых систем.</li> </ul> <p><b>должен знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативно-правовую документацию, регламентирующую различные стороны функционирования торговых предприятий в рыночной экономике;</li> <li>- структурно-элементное построение внутренней торговли в федеральном и региональном аспектах;</li> <li>- теоретико-методологические основы технологии, технического оснащения и проектирования предприятий торговли;</li> <li>- основы организации проектирования, капитального строительства и ремонта торгового предприятия;</li> </ul> <p><b>должен уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и обобщать происходящие изменения в организации и технологии оптовой и розничной торговли;</li> <li>- моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых предприятий;</li> <li>- рассчитывать экономическую эффективность функционирования материально-технической базы оптовой и розничной торговли;</li> <li>- рассчитывать экономическую эффективность создания и внедрения новых технологических</li> </ul>	ОК-4 ОК-11 ПК-3 ПК-6 ПК-11 ПК-12

	<p>решений в торговле;  обеспечивать качественное обслуживание покупателей;  <b>должен приобрести навыки:</b>  выполнения расчетов при разработке проектов организации торгово-технологических процессов в магазинах и на складах;  в рациональном выборе оборудования для механизации и автоматизации торгово-технологических и складских процессов;  <b>должен владеть:</b>  методами планирования и размещения розничной торговой сети;  методами и приемами организации торгового и дополнительного обслуживания покупателей;  приемами рациональной организации технологических процессов при решении конкретных задач;  методами расчета экономической эффективности использования различных технологических схем при товароснабжении розничной сети;  методами определения социально-экономической эффективности использования современных форм продажи товаров;  методикой расчетов потребности в конкретных видах торгово-технологического оборудования;  методикой расчета экономической эффективности внедрения новой техники;  методами оценки результатов технической оснащенности предприятия, влияющих на показатели его коммерческой деятельности;  <b>должен иметь опыт работы:</b>  с нормативно-инструктивными материалами, учебной литературой.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b>  Дисциплина «Организация торгового дела» является дисциплиной по выбору профессионального цикла.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>  Организация государственного регулирования торговли. Организация розничной торговой сети. Розничная торговая сеть. Организация торговых и технологических процессов в розничных торговых предприятиях. Торговое обслуживание покупателей в розничных торговых предприятиях. Организация оптовой торговли. Оптовые торговые структуры. Организация работы на складах. Организация хозяйственных связей рыночных субъектов по оптовым закупкам и продаже товаров. Транспортно-экспедиционные операции.</p>	
БЗ.В.3		ПК-1

		<p style="text-align: center;"><b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>1. Цели освоения дисциплины:</b> Основной целью изучения дисциплины «Ценообразование в торговой деятельности» является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области методологических основ ценообразования.</p> <p><b>Задачи курса</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение основных положений и особенностей ценообразования для предприятий торговли в условиях рыночных отношений;</li> <li>- выбор ценовой политики торгового предприятия с учетом конкуренции на различных типах рынков;</li> <li>- изучение принципов и методов учета затрат;</li> <li>- изучение практических методов и приемов расчетов уравнений цен в зависимости от спроса и предложения.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.</b></p> <p><b>Дисциплина БЗ. В.3</b> относится к вариативной части дисциплин естественно-математического цикла.</p> <p>Материал дисциплины соприкасается с дисциплинами «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Маркетинг», «Менеджмент».</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Особенности и условия рыночного ценообразования. Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Организация, порядок и этапы ценообразованию. Виды и цели ценовых стратегий предприятия. Рынок, понятие целевого рынка, рынка продавца, рынка покупателя. Понятие сегментирования рынка, признаки сегментирования рынка. Зависимость ценообразования от структуры рынка. Основные типы рынка: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция и чистая монополия, их особенности. Общая характеристика системы цен. Виды рыночной цены товара. Виды цен в зависимости от обслуживаемого ими оборота. Виды цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования. Виды цен по способу установления, фиксации. Публикуемые и расчетные цены. Виды цен с учетом фактора времени. Группировка цен с учетом базисных условий. По условиям поставки. Скидки с цены. Состав и структура цены.</p> <p>Государственное регулирование и воздействие государства на цены. Принципы ценообразования. Затратные методы ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Эконометрические ме-</p>	<p>ПК-4 ПК-14 ПК-16</p>
--	--	--	---------------------------------

	<p>тоды ценообразования. Ценообразование и налоги Тактические аспекты ценовой политики Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства</p> <p>Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль». Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию.</p>	
БЗ.В.4	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКИХ РАСЧЕТОВ</b></p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Раздел 1. «Основы экономического анализа».</p> <p>Сущность, задачи и содержание экономического анализа, его роль в системе управления организации; экономический анализ в системе экономических наук; информационное обеспечение экономического анализа; виды экономического анализа; предмет анализа, классификация основных методов экономического анализа и алгоритм их применения в решении аналитических задач; определение резервов и повышения эффективности бизнеса; организация аналитической работы в организациях.</p> <p>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций. Анализ организационно-технического уровня. Анализ обеспеченности ресурсами и эффективности их использования: анализ трудовых ресурсов, анализ основных средств и других внеоборотных активов, анализ товарных запасов. Анализ товарооборота. Анализ издержек обращения. Анализ финансового состояния и финансовых результатов торговых организаций: анализ финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, анализ состояния расчетов и деловой активности; анализ валового дохода и прибыли. Маржинальный анализ торговой организации и обоснование управленческих решений. Основы маркетингового анализа. Комплексная (рейтинговая) оценка деятельности организаций; экономический анализ в бизнес-планировании и прогнозировании деятельности организации.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация.</li> <li>2. Налоги и налоговая система.</li> <li>3. Цены и ценообразование.</li> <li>4. Планирование доходов и расходов.</li> <li>5. Влияние внешней среды на экономические</li> </ol>	ПК-1 ПК-4 ПК-6 ПК-16

		<p>показатели коммерческой деятельности предприятия.</p> <p>6. Коммерческий риск. Выживание предприятия.</p> <p>7. Прибыль и рентабельность. Эффективность функционирования коммерческого предприятия.</p> <p>8. Экономический анализ коммерческой деятельности предприятия.</p>	
Б3.В.5		<p><b>ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p>Сущность, особенности и функции инновационного менеджмента. Планирование и прогнозирование инноваций. Организация инновационной деятельности. Финансирование инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов. Создание благоприятных условий инноваций. Обеспечение инновационных процессов. Разработка программ и проектов нововведений.</p>	ПК-1, ПК-17
Б3.В.6		<p><b>МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ</b></p> <p>Концепция и инструментарий маркетинга в системе эффективного предпринимательства: теоретические аспекты, сущность, содержание, концепция, особенности применения инструментария маркетинга в системе эффективного предпринимательства. Эволюция маркетингового управления и его системных инструментов. Структура потенциала и использование инструментария маркетинга в деятельности фирм. Маркетинг-микс. Системный Трейд-Маркетинг. Инструменты трейд-маркетинга.</p>	ПК-1, ПК-6, ПК-15, ПК-16
Б3.В.7		<p><b>ТОВАРОВЕДЕНИЕ ОДНОРОДНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ</b></p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. Основополагающие товароведные характеристики как важные критерии конкурентоспособности товаров. Методы товароведения: системный подход, классификация и кодирование товаров. Классификаторы. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика. Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества. Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-7, ПК-19

		<p>определения. Безопасность и экологичность. Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. Управление качеством. Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности. Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения. Документальное оформление. Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.</p>	
Б3.В.8		<p style="text-align: center;"><b>УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b> Целью изучения дисциплины является освоение научных основ оценки и управления конкурентоспособностью предприятия. Задачами дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение теоретических основ конкуренции, конкурентоспособности предприятия, современных форм, методов и стратегий конкурентной борьбы;</li> <li>- формирование навыков анализа конкурентной среды отрасли;</li> <li>- овладение методами оценки конкурентоспособности предприятия и выявления его конкурентных преимуществ;</li> <li>- приобретение практических навыков разработки конкурентной стратегии предприятия;</li> </ul> <p>освоение инструментов управления конкурентоспособностью предприятия.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b> <b>Б.3.В.8.</b> Учебная дисциплина входит в вариативную часть профессионального цекла. <i>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы конкуренции, конкурентоспособности предприятия;</li> <li>- современные формы, методы и стратегии конкурентной борьбы;</li> <li>- инструменты управления конкурентоспособностью предприятия.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить оценку конкурентоспособности предприятия, выявлять его конкурентные преимущества.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа конкурентной среды отрасли, разработки конкурентной стратегии предприятия.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p>	ОК-4, ПК-1, ПК-4, ПК-9, ПК-14

		<p>Теоретические основы конкуренции; конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке; формы и методы недобросовестной конкуренции; теория конкурентных преимуществ; оценка конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли, региона, страны; управление конкурентоспособностью предприятия; особенности выбора политик при обеспечении конкурентоспособности предприятий; стратегия и тактика конкурентной борьбы; разработка и реализация базовых стратегий конкуренции; наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы; развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях.</p>	
БЗ.В.9		<p style="text-align: center;"><b>БИРЖЕВАЯ ТОРГОВЛЯ</b></p> <p>История развития биржевой торговли и ее тенденции. Товарные биржи и их деятельность на рынке. Биржа как одна из форм организованного рынка. Регулирование биржевой деятельности. Органы управления и организационная структура товарной биржи. Биржи и их виды. Разновидности биржевых товаров. Участники биржевых торгов. Биржевые сделки, их сущность. Биржевые котировки. Основы фьючерсной и опционной торговли. Хеджирование. Брокерская фирма, ее место на бирже. Организация биржевой торговли и ее участники. Биржевой товар. Экономическая роль товарных бирж и анализ их деятельности. Материально-техническая обеспеченность товарных бирж. Рынок ценных бумаг. Участники рынка ценных бумаг. Валютный рынок и валютные операции.</p>	<p>ПК-1 ПК-2 ПК-16</p>
БЗ.В.10		<p style="text-align: center;"><b>ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОЙ ФИРМЫ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью преподавания дисциплины является освоение методологических, методических основ и приобретение практических навыков анализа хозяйственной деятельности, необходимых в практической работе, формирование в процессе обучения у студентов аналитического, конструктивного, творческого мышления.</p> <p>В процессе обучения студенты должны изучить основные понятия экономического анализа, определения финансовой устойчивости фирмы, освоить применение приемов и методов, используемых в оценке финансовой устойчивости фирмы, научиться выявлять резервы повышения эффективности деятельности предприятия.</p> <p>Задачи изучения дисциплины обеспечивают</p>	<p>ОК-7 ПК-1 ПК-4 ПК-14</p>



		<p>реализацию требований в области экономического анализа по вопросам: понимания сущности экономических явлений и процессов, их взаимосвязи и взаимозависимости; систематизации и моделирования факторных моделей; определения влияния факторов на результаты деятельности организации; выявления и подсчета экономических резервов развития бизнеса; овладения навыками организации аналитической работы на предприятии и повышения научно-экономической обоснованности бизнес-планов.</p>	
Б3.В.11		<p style="text-align: center;"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ И ОПЛАТА ТРУДА В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью дисциплины является приобретение знаний по теории экономики труда и практике ее применения в работе малых предприятий.</p> <p>В результате изучения дисциплины будущий специалист должен:</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>знать</i> законодательные и нормативные акты, регламентирующие вопросы организации и оплаты труда на малом предприятии;</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>владеть</i> специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины;</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>иметь представление о</i> действующих нормативно правовых актах, регламентирующих вопросы трудовых отношений на малых предприятиях;</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>приобрести навыки</i> самостоятельного овладения новыми знаниями по теории экономики труда и практике ее применения в работе малых предприятий.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Организация труда: содержание, принципы, показатели эффективности труда; Современные формы организации труда. Нормативно правовые акты по труду; Показатели численности работников, Статистическая отчетность по труду; Разделение труда: категории персонала, профессиональные и квалификационные; Нормирование труда: нормы труда, их функции и роль норм труда в управлении производством. Сущность и методы научного обоснования норм труда. Нормирование труда: нормы труда, их функции и роль норм труда в управлении производством. Сущность и методы научного обоснования норм труда; Нормативные материалы по труду, используемые на предприятии; Оплата труда: формы и системы. Структура заработной платы; Тарифная система оплаты труда, бестарифный подход; Особенности оплаты труда различных категорий персонала;</p>	<p>ОК-3 ОК-4 ОК-6 ОК-7 ОК-13 ПК-5 ПК-8</p>

		<p>Роль надбавок и доплат в стимулировании труда; Премии: их сущность, показатели премирования, разработка системы премирования на предприятии.</p>	
БЗ.В.12		<p style="text-align: center;"><b>УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b> <b>Цель дисциплины</b> - дать практические знания об управлении брендами продукции, научиться использовать современные методы и модели брендинга. Также студенты должны обладать всеми необходимыми теоретическими знаниями по созданию и развитию брендов с использованием современных инструментов маркетинга.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.</b> <b>БЗ. В. 12 Профессиональный цикл. Вариативная часть.</b></p> <p>Дисциплина базируется на знании таких общепрофессиональных дисциплин, как «Маркетинг», «Товароведение, экспертиза и стандартизация», «Маркетинг коммуникаций».</p> <p><b>Знать:</b> основные принципы создания брендов торгового предприятия; основы стратегического брендинга; методы создания корпоративного бренд-менеджмента; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно проводить оценку бренда; на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия; разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; применять методы анализа бренда; внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации <b>Владеть:</b> методами разработки и реализации маркетинговых программ.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины.</b> Основные определения бренда и брендинга. От бренда – к стратегии брендинга. Основные модели управления брендом. Перепозиционирование бренда. Оживление бренда. Брендинг как процесс моделирования деятельности потребителей по выбору товара или услуги. Психология бренда: бренд в распознавании; бренд в побуждении; бренд в отношениях. Тестирование разработанного бренда на целевой аудитории. Разработка стратегии коммуникаций бренда. Уровни коммуникаций: содержание и отношение. Основные факторы, создающие капитал бренда.</p>	ПК-1 ПК-6 ПК-16

Б3.В.13		<p style="text-align: center;"><b>ЭКОНОМИКА И ИНФРАСТРУКТУРА ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b> Целями освоения дисциплины «Экономика и инфраструктура отраслевого рынка» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретическое освоение студентами экономических основ теории отраслевых рынков;</li> <li>• приобретение ими практических навыков анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционирования отраслей;</li> <li>• ознакомление студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков и используемыми ими методами.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b> Дисциплина входит в вариативную часть цикла дисциплин профессионального цикла. Учебная дисциплина базируется на знаниях, полученных по курсам: «Основы предпринимательской деятельности и бизнеса», «Экономическая теория», «Маркетинг».</p> <p>3. Требования к результатам освоения дисциплины</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, статистические методы оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры;</li> <li>- объекты, формы и средства товарной информации;</li> <li>- принципы, нормативно-правовую базу маркетинговой деятельности, организационные технологии.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b> применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических, естественных, правовых и технологических дисциплин при анализе товарной информации.</p> <p><b>Владеть:</b> - основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, статистическими, товароведными и управленческими методами, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b> Виды рынков и их структура. Спрос и предложение. Функция потребления и сбережения. Эла-</p>	ОК-1 ОК-11 ПК-1 ПК-6 ПК-16
---------	--	---	--

		<p>стичность спроса. Изменение эластичности спроса. Потребительское поведение. Потребительский выбор. Особенности потребительского спроса. Закон убывающей предельной полезности спроса. Эффект дохода и эффект замещения. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг. Проблемы некачественного товара на российском рынке. Потребности человека. Изучение спроса потребителей. Мотивы потребителей при совершении покупки. Исследование емкости потребительского рынка. Основные параметры рынка. Факторы, влияющие на емкость рынка и их характеристика. Потенциальная емкость рынка. Определение реальной емкости рынка. Исследование рынка потребительских товаров. Инфраструктура потребительского рынка. Изучение и оценка потребительских предпочтений.</p>	
<p><b>Б3.ДВ1</b> <b>1.</b></p>		<p style="text-align: center;"><b>ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью изучения курса является освоение студентами современных технологий, приемов и методов управления продажами товаров и услуг.</p> <p>Задачи курса связаны с обеспечением роста профессиональных знаний студентов в сфере решения психологических проблем, возникающих в процессе общения партнеров по бизнесу; освоением эффективных приемов управления процессом презентации товара, проведения операций купли-продажи, формирования лояльности клиентов.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения;</li> <li>- ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями;</li> <li>- техники, помогающие приобрести внутреннее ощущение уверенности;</li> <li>- потребности покупателя и влиять на принимаемые им решения.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с индивидуальными и групповыми клиентами;</li> <li>- настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения;</li> <li>- понять запросы покупателя;</li> <li>- упреждать различные критические ситуации;</li> <li>-PDF created</li> <li>- квалифицированно разрабатывать стандарт ком-</li> </ul>	<p>ПК-3, ПК-6, ПК-16</p>

		<p>мерческого сервиса для конкретной фирмы;</p> <p>- корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента;</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины.</b> Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей. Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей. Психологические методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения сделки. Роль невербальных каналов в процессе управления продажами. Управление процессом заключения сделки. Эффективные методы организации и проведения презентации товаров (услуг). Работа с проблемными клиентами в процессе продажи. Завершение процесса сделки. Управление продажами в телемаркетинге. Роль продавца в формировании лояльности клиентов. Стандарт коммерческого сервиса.</p>	
2.		<p><b>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью дисциплины является овладение студентами знаниями и навыками в области практики организации бизнеса. Задачами курса являются: раскрыть сущность, принципы, функции и виды предпринимательской деятельности в сфере коммерции; рассмотреть субъекты и объекты предпринимательской деятельности; выявить внутренние и внешние факторы предпринимательской среды; изучить права и обязанности предпринимателей; изучить особенности организации собственного предприятия; изучить организационные основы управления предпринимательской деятельностью в сфере малого бизнеса; овладеть навыками культуры в области предпринимательства.</p>	<p>ОК-7 ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-9 ПК-10 ПК-16</p>
Б3.ДВ2 1.		<p><b>ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Цель дисциплины - дать знания, необходимые для правильного составления и оформления документов, которые возникают в процессе принятия и реализации управленческих решений, освоить общепринятые в мире предпринимательства лексику и стиль деловой и коммерческой корреспонденции для свободного и равноправного общения с партнером.</p> <p>Задачами дисциплины являются:</p> <p>- изучение теоретических основ документацион-</p>	<p>ОК-2 ПК-2 ПК-12</p>

		<p>ного обеспечения деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков правовой защиты документированной информации с организацией рационального движения документов на предприятии;</li> <li>- овладение методами качественно и быстро обрабатывать информацию в целях своевременного принятия соответствующих управленческих решений;</li> <li>- освоение правил и форм деловой и коммерческой переписки.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Б.3.ДВ.2. Дисциплина относится к вариативной части дисциплин и курсов по выбору студента профессионального цикла.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- требования к составлению и оформлению, формуляр образец, состав и расположение реквизитов; номенклатуру документов.</li> <li>- организацию документооборота;</li> <li>- современные способы и технику создания документов;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять и оформлять основные документы: договоры, контракты, приказы, служебные записки, протоколы, акты, справки и документы личного происхождения;</li> <li>- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;</li> <li>- систематизировать документы и различать основные виды документов.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Документы и системы документации. Управленческая документация: требования к составлению и оформлению, формуляр образец, состав и расположение реквизитов. Составление и оформление основных документов: договоров, контрактов, приказов, служебных записок, протоколов, актов, справок и документов личного происхождения. Организация документооборота. Систематизация документов, номенклатура для их формирования и хранения. Современные способы и техника создания документов. Деловые и коммерческие</p>	
--	--	--	--

		письма: классификация, структура, стандартные фразы и выражения. Правила и формы коммерческой переписки с зарубежными партнерами. Корреспонденция, связанная с проведением периодических мероприятий и прочая корреспонденция. Организация работы с документами, содержащими конфиденциальные сведения.	
2.		<p style="text-align: center;"><b>УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью изучения курса является освоение студентами современных подходов, приемов и методов управления поведением потребителей в процессе торговых сделок и формирование системы знаний и умений в области общения с покупателями.</p> <p>Задачи курса связаны с обеспечением роста профессиональных знаний студентов в сфере решения психологических проблем, возникающих в процессе общения партнеров по бизнесу; освоением эффективных приемов управления процессом презентации товара, проведения операций купли-продажи, формирования лояльности клиентов.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения;</li> <li>- ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями;</li> <li>- техники, помогающие приобрести внутреннее ощущение уверенности;</li> <li>- потребности покупателя и влиять на принимаемые им решения.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с индивидуальными и групповыми клиентами;</li> <li>- настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения;</li> <li>- понять запросы покупателя;</li> <li>- упреждать различные критические ситуации;</li> <li>- квалифицированно разрабатывать стандарт коммерческого сервиса для конкретной фирмы;</li> <li>- корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента;</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины.</b> Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей. Организация взаимодействия с покупателями с учетом их пси-</p>	ПК-3 ПК-6 ПК-16

		<p>холологических особенностей. Психологические методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения сделки. Роль невербальных каналов в процессе управления продажами. Управление процессом заключения сделки. Эффективные методы организации и проведения презентации товаров (услуг). Работа с проблемными клиентами в процессе продажи. Завершение процесса сделки. Управление продажами в телемаркетинге. Роль продавца в формировании лояльности клиентов. Стандарт коммерческого сервиса.</p>	
<p><b>БЗ.ДВЗ</b> <b>1.</b></p>		<p align="center"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью освоения учебной дисциплины является приобретение умений и формирование компетенций бакалаврами в области организации предприятий розничной и оптовой торговли, экономических основ осуществления ими коммерческой деятельности, освоение навыков организации торговых процессов, происходящих на коммерческих предприятиях розничной и оптовой торговли, необходимых в профессиональной деятельности по направлению подготовки «Торговое дело».</p> <p>В ходе изучения дисциплины студент должен решать следующие <b>задачи</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективное применение средств и методов организации деятельности предприятий розничной торговли;</li> <li>- анализ местоположения, масштаба и видовой направленности предприятия розничной торговли;</li> <li>- овладеть теоретическими и специальными знаниями по совершенствованию и оптимизации технологических процессов на предприятиях торговли;</li> <li>- освоить формы и методы товарного предложения и торгового обслуживания в предприятиях магазинных и внемагазинных форм продажи;</li> <li>- приобрести практические навыки в принятии решений и квалификационной оценке всего многообразия возникающих стандартных и нестандартных ситуаций в процессе организации торговых процессов и обслуживания покупателей;</li> <li>- сформировать устойчивые представления об особенностях технико-экономического обоснования целесообразности проектирования и строительства предприятий торговли;</li> </ul>	<p>ОК-11 ПК-1 ПК-3 ПК-5 ПК-10 ПК-13</p>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение форм торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров народного потребления и производственного назначения;</li> <li>- изучение процессов организации и управления коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур;</li> <li>- изучение системы размещения заказов и контроля поставок и средств производства для государственных нужд;</li> <li>- подбор оптимальных организационных, управленческих и финансовых схем выполнения заказов в области оптовых продаж;</li> <li>- овладение методами управления коммерческими процессами оптовых торговых предприятий;</li> <li>- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля оптовых продаж.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся с понятиями технологический процесс и операция товародвижения, их основными элементами и факторами, определяющими состав и содержание технологических процессов оптовых и розничных предприятий; с ролью отдельных составляющих торгово-технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой и розничной торговли; содержанием торгово-технического процесса в магазине и на складе, принципами и особенностями их организации; методами организации продаж, обслуживанием покупателей; определением потребности в складской и торговой площадях и технологическом оборудовании; управлением торгово-техническим процессом и организацией труда на предприятиях торговли, технологией товароснабжения; методами и последовательностью проектирования предприятий; с основными понятиями и видами оптовой торговли; с основными элементами товарной и ассортиментной политики (диверсификация товара, его модификация, концепция нового товара, товарный знак, товарная марка, упаковка, сервисные услуги); с задачами комплексного удовлетворения спроса покупателей в рамках избранного сегмента рынка (широта и глубина ассортимента, ассортиментный профиль обслуживаемых оптовых покупателей, размеры складской площади, состояние предложения на потребительском рынке и другие факторы); с закономерностями формирования хозяйственных связей между поставщиками и покупателями (экономические, организационные, коммерческие организационно-правовые, финансовые и другие отношения, складывающиеся между покупателями и поставщиками товаров); с объектами</p>	
--	--	--	--

		оптовой торговли (понятие, назначение, классификация) и др.	
2.		<p align="center"><b>ТОРГОВЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью курса дисциплины является овладение студентами знаний о состоянии и тенденциях развития франчайзинговых методов сбытовой деятельности крупных предприятий на российском потребительском рынке.</p> <p>Задачами курса являются: ознакомление сущностью и механизмом франчайзингового сотрудничества предприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение механизма развития сбытовой сети посредством открытия собственных филиалов и продажи франшизы;</li> <li>- анализ условий франшиз, представленных российскими и иностранными франчайзерами на российском рынке;</li> <li>- освоение технологии развития франчайзинговой сети и выбора франшизы;</li> <li>- ознакомление с функциями и задачами посредников по сбыту.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>История франчайзинга. Франчайзинговая модель организации бизнеса. Правовое регулирование франчайзинга в России. Франчайзинговое предложение - концепция франчайзинга торговой сетью. Комплекс дополнительных услуг в франчайзинге.</p>	ПК-1, ПК-4, ПК-10
БЗ.ДВ4 1.		<p align="center"><b>МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И ВНЕШНЕ- ТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Целью изучения дисциплины является ознакомление с особенностями и закономерностями современного международного бизнеса и ведением внешнеторговых операций.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> основные закономерности, направления и этапы развития внешнеэкономических связей России, ее место и роль в мировом внешнеторговом обороте, характер управления внешнеэкономическими связями России на современном этапе;</p> <p><b>Уметь:</b> работать с источниками знаний по внешнеторговым операциям и владеть приемами работы с ними, включая вопросы заключения и исполнения внешнеторговых контрактов.</p>	ОК-1 ОК-5 ОК-10 ПК-4 ПК-6 ПК-10 ПК-14

		<p><b>Владеть:</b> знаниями, связанными с принципами организации рынка ценных бумаг, основными видами финансовых инструментов и участников рынка ценных бумаг, механизмами совершения сделок на рынке ценных бумаг.</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>          Понятие и содержание международного бизнеса и предпринимательства; мировая экономика как среда международного бизнеса; особенности современной мировой экономики; предмет международного бизнеса, субъекты международного предпринимательства (бизнеса); формы и среду действия международного бизнеса; конъюнктуру, конъюнктурообразующие факторы и показатели конъюнктуры международного рынка; международную конкуренцию; виды инновационной деятельности в конкуренции; конкурентные преимущества компаний, детерминанты конкурентного преимущества; международный контракт и условия международных контрактов; правила толкования торговых требований – «ИНКОТЕРМС», классификация условий – «ИНКОТЕРМС 2000»; <i>особенности международных торгов</i>; прямое зарубежное инвестирование; полное и совместное владение зарубежными предприятиями, преимущества и недостатки владения зарубежными предприятиями.</p>	
2.		<p style="text-align: center;"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВНЕШНЕ-ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ</b></p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>          Характер внешнеторговой операции и ее виды. Организационные формы международной торговли (МТ) сырьевыми товарами, готовой продукцией, результатами интеллектуальной деятельности. Сделки купли-продажи товаров и услуг. Этапы подготовки и организации сделки. Организационно-правовые формы участников международных коммерческих сделок. Агенты-посредники на международном рынке. Международные транспортные операции. Базисные транспортные условия поставки. Транспортные условия контрактов купли-продажи. Услуги, сопряженные с выполнением транспортных операций. Управление перевозками грузов внешнеэкономического комплекса. Основная транспортная документация во внешнеэкономических связях.</p>	ОК-1, ОК-5, ОК-10, ПК-4, ПК-6, ПК-10, ПК-14
БЗ.ДВ5 1.		<p style="text-align: center;"><b>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ КОММЕРЦИИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b>          - формирование у студентов знаний об организа-</p>	ОК-4; ОК-7; ПК-2; ПК-3; ПК-4;

		<p>ции предпринимательской деятельности,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обучение студентов практическим методам и приемам работы по созданию и организации деятельности малого предприятия.</li> </ul> <p><b>Задачи учебной дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать комплексные знания о принципах и методах ведения коммерческой деятельности с целью выработки управленческих решений и повышения эффективности деятельности предприятия.</li> </ul> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</b></p> <p>Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Управление бизнес-процессами;</li> <li>- Основы стратегического управления коммерческим предприятием;</li> <li>- Технологии подбора, расстановки, подготовки персонала предприятия;</li> <li>- Основы бухгалтерского учета, отчетности и налогообложения предприятий и организаций в сфере малого бизнеса;</li> <li>- Современную систему обеспечения конкурентоспособности и методы оценки конкурентоспособности товаров (услуг);</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывать стратегии организаций коммерческого предприятия;</li> <li>- Планировать деятельность предприятия бизнеса, формировать его структуру;</li> <li>- Применять современные методы работы с персоналом;</li> <li>- Проектировать бизнес-процессы, формировать потенциал прибыльности;</li> <li>- Использовать методы экономического анализа и управленческого учета деятельности предприятий торгового бизнеса;</li> <li>- Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;</li> <li>- Разрабатывать и реализовывать проекты в различных сферах малого бизнеса;</li> <li>- Осуществлять информационно-аналитическую деятельность, необходимую для успешного ведения бизнеса;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаниями по вопросам создания и прекращения деятельности малых предприятий;</li> <li>- информацией в области зарубежного и отечественного опыта управления коммерческим предприятием.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Сущность и содержание коммерческой дея-</p>	<p>ПК-6;  ПК -12;  ПК-13;  ПК-19</p>
--	--	---	--

		<p>тельности; способы организации предприятия в сфере коммерции, классификация субъектов коммерческой деятельности; организация коммерческой деятельности при прямых связях между производителями и потребителями товаров и услуг; коммерческая деятельности на рынке, осуществляемая через торгово-посреднические звенья. Роль банков в коммерческой деятельности; организация и техника операций на биржах, аукционах, торгах, ярмарках; техника проведения операций по торговле лицензиями; контракт купли-продажи, его содержание, подготовка и исполнение; особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства, потребительских товаров и услуг.</p>	
2.		<p style="text-align: center;"><b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b></p> <p>Исследование проблем безопасности. Экономическая безопасность предприятия. Угрозы экономической безопасности.</p> <p><b>Основной целью</b> данного курса является обеспечение достаточной подготовки специалиста в области безопасности бизнеса как основы будущей профессиональной деятельности.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение понятия, сущности и значения обеспечения и управления безопасностью;</li> <li>- получение знаний о видах угроз экономической безопасности бизнеса;</li> <li>- знание структур российского бизнеса на современном этапе развития общества и способов наиболее эффективной их защиты от внешних и внутренних угроз;</li> <li>- уяснение порядка и путей предотвращения угроз и путей выхода предприятий из сложной ситуации;</li> <li>- ознакомление с новыми достижениями в области обеспечения защиты бизнеса.</li> </ul> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b></p> <p>Экономическая безопасность предприятия. Источники угроз экономической безопасности предприятия. Служба экономической безопасности предприятия. Частная детективная и охранная деятельность в РФ. Физическая защита персонала коммерческого предприятия. Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей. Охрана объектов и обеспечение безопасности перевозок. Хищения и методы борьбы с ними. Обеспечение информационной безопасности предприятия. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности предприятия. Обеспечение безопасности при работе с кадрами. Экономическая безо-</p>	ОК-7 ОК-12 ПК-3

		пасность фирмы в условиях риска.	
Б3.ДВ5 1		<p style="text-align: center;"><b>ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ</b></p> <p><b>Цели и задачи изучения дисциплины</b> Целью изучения дисциплины является ознакомление с современными средствами организации торговой деятельности, в частности с помощью средств Интернета.</p> <p><b>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> основные возможности применения систем Интернет-торговли; основополагающие категории, термины, понятия систем электронной коммерции; принципы построения систем электронной коммерции; инфраструктуру электронной коммерции; основные организационно-экономические модели в системе электронной коммерции; основные платежные системы, применяемые для расчетов в электронной коммерции; возможности использования новых информационных технологий.</p> <p><b>Уметь:</b> обосновывать выбор основных элементов систем электронной коммерции; пользоваться платежными системами; оценить качество спроектированного электронного магазина; выбирать программное обеспечение для строительства электронного магазина; формировать ассортимент электронного магазина; оценивать экономическую эффективность функционирования систем электронной коммерции.</p> <p><b>Владеть</b> методами и программными средствами обработки деловой информации, способность взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать информационные системы.</p>	ОК-8, ПК-6, ПК-11, ПК-17
2		<p style="text-align: center;"><b>ИННОВАЦИИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p><b>Цели освоения дисциплины</b> - получить знания по организации процессов создания и продвижения (коммерциализации) наукоемких и высокотехнологических продуктов на отечественный и международный рынки, овладеть методами управления инновационными проектами, научиться проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования, проводить анализ рыночных и специфических рисков.</p> <p><b>Место дисциплины в структуре ООП бакалав-</b></p>	ПК-1, ПК-14, ПК-17

		<p><b>риата</b>  <b>БЗ. ДВ.5 Профессиональный цикл. Дисциплина по выбору.</b>          Для изучения дисциплины студентам необходимы знания, умения и компетенции, сформированные при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Менеджмент», «Маркетинг», «Инновационный менеджмент», «Ценообразование в торговой деятельности».</p> <p><b>Структура и содержание дисциплины</b>          Понятие инновации. Классификация инноваций. Основные критерии инновации: жизненный цикл и экономическая эффективность. Инновационная деятельность. Основные направления поддержки и обеспечения инновационной деятельности организации. Понятие инновационного проекта и его содержание. Оформление инновационных проектов. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок. Управление проектом. Формирование портфеля проектов в зависимости от рыночного спроса. Основные принципы и методы оценки экономической эффективности инновационных проектов. Особенности маркетинга инноваций. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций. Стратегический инновационный маркетинг. Тактический инновационный маркетинг. Формы коммерческой реализации новых технологий (патенты, лицензии, лизинг и т.д.), их особенности и защита.</p>	
<p><b>Б.4</b>           Б4.Б.1</p>		<p style="text-align: center;"><b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА</b></p> <p><b>Цели освоения учебной дисциплины</b>          Целью освоения учебной дисциплины ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА является формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для овладения самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья способных обеспечить полноценную социальную и профессиональную деятельность индивида.</p> <p><b>Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО</b>          Физическая культура является учебным циклом основной образовательной программы бакалавриата.</p> <p>Учебный цикл Физическая культура позволяет студенту получить углубленные знания и навыки в части физического самосовершенствования и сохранения здоровья, необходимые для успешной профессиональной деятельности и благопо-</p>	<p>ОК-14</p>

		<p>лучной жизни.</p> <p>Содержание программы обеспечивает преемственность с программным материалом по физической культуре средней (полной) общеобразовательной и высшей школы.</p>	
--	--	--	--



Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
факультета государственного и  
муниципального управления,  
профессор

Х.З. Халимбеков

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ  
профессор

К.А. Гасанов

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Б5.Б1. -Учебная практика

для направления 100700.62 – Торговое дело

по профилю Коммерция

факультет государственного и муниципального управления

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная \_\_\_\_\_ курс 1 семестр 2

Всего продолжительность практики (в неделях) 4 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 6 ЗЕТ (216 часов)

Зав. кафедрой М.Г. Шабанов

Нач. учебного отдела Р.А. Атаханов

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – Торговое дело\_профилю «Коммерция»

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 14.09.2011 года, протокол №2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62 – Торговое дело  
профилю «Коммерция» \_\_\_\_\_ М.Г. Шабанов

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией**  
**направления**  
**100700.62 – Торговое дело**  
**профиль «Коммерция»**  
шифр и полное наименование

**АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:**

**Э.С. Атуева., к.э.н., доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
ПОДПИСЬ

Председатель МК

\_\_\_\_\_  
**З.Р. Мурадова**

Подпись, ФИО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2011г.

### 1. Цели учебной практики

Учебно-ознакомительная практика имеет своей целью расширение и углубление теоретических знаний по основам коммерческой деятельности, получение первичных профессиональных умений и навыков, подготовка к осознанному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин.

### 2. Задачи учебной практики

К задачам практики относятся:

- изучение вида деятельности коммерческой организации, ее организационно-правовой формы, количественных параметров, принадлежности капитала;
- применение методов исследования товарных рынков и моделирования торгового ассортимента;
- изучение методов определения объемов закупок и продаж товаров;
- ознакомление с проведением переговоров, заключением и исполнением договора купли-продажи, поставки и др.;
- изучение способов расчетов по торговым сделкам;
- определение системы организации и управления процессами закупки, продажи и продвижения товара до потребителя;
- рассмотрение источников финансирования закупок и инвестирования развития материально-технологической базы предприятий;
- ознакомление с порядком государственного регулирования коммерческой деятельности организации;
- анализ основных показателей коммерческой деятельности и определение уровня ее эффективности.

### 3. Место учебной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция»

Практика является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Практика проводится в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

Учебная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 100700.62 - «Торговое дело» профилю Коммерция. Продолжительность учебной практики 4 недели (6 ЗЕТ/ 216 часов).

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и учебная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Учебная практика бакалавра базируется на освоении следующих циклов (разделов) ООП и дисциплин.

**Б.1.-Гуманитарный, социальный и экономический цикл.** Дисциплины: история, история Дагестана, философия, иностранный язык, правоведение, Основы предпринимательской деятельности и бизнеса, история торгового дела в России.

В результате изучения данного цикла студент должен:

**знать:**

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;
- основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления;
- основные макро- и микроэкономические показатели;

- основные нормативные правовые документы;
- сущность и основное содержание предпринимательской деятельности и бизнеса;
- особенности развития торгового дела в России;
- порядок государственного регулирования предпринимательской и коммерческой деятельности организаций;

**уметь:**

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- применять экономические законы и теории, определять экономические показатели;

**владеть:**

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии;
- навыками литературной и деловой письменной и устной речи;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.

**Б.2. - Математический и естественнонаучный цикл.** Дисциплины: математика, информатика, экономическая география.

В результате изучения данного цикла студент должен:

**знать:**

- основы математики, необходимые для решения экономических задач;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- закономерности развития социально-экономических систем.

**уметь:**

- использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- применять математические методы для решения экономических задач;
- выявлять тенденции развития социально-экономических систем.

**владеть:**

- математическими, методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.

**Б.3. Профессиональный цикл.** Дисциплины: коммерческая деятельность, теоретические основы товароведения, безопасность жизнедеятельности.

В результате изучения данного цикла студент должен:

**знать:**

- особенности организации коммерческой деятельности предприятий;

- потребности покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций,
- способы изучения спроса потребителей, анализа конъюнктуры товарного рынка;
- организация безопасности жизнедеятельности на современном этапе;

**уметь:**

- формировать потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;
- работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления;
- обеспечивать безопасность жизнедеятельности в конкретных сложившихся ситуациях;

**владеть:**

- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- навыками работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления;
- основными методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий катастроф, и стихийных бедствий.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин **Гуманитарного усочального и экономического цикла**: «Экономическая теория», «Социокультурные основы управления бизнес-организацией», «Конъюнктура товарного рынка», «Теория и практика кооперации»; **Математического и естественно-научного цикла**: «Основы информационно-аналитической работы в торговле», а также дисциплин **Профессионального цикла**: «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Планирование и прогнозирование деятельности торгового предприятия», «Организация предприятий в сфере коммерции».

#### 4. Формы проведения учебной практики

Формой проведения учебной практики является ознакомительная.

#### 5. Место и время проведения учебной практики

Базами учебной практики являются: Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства РД, АНО «Межрегиональный Маркетинговый Центр Дагестан-Москва», предприятия, учреждения и организации сферы торговли, сбыта и товарного обращения города Махачкалы.

Учебная практика проводится согласно графику учебного процесса во втором семестре в течение 4-х недель.

#### 6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные и профессиональные компетенции:

**а) общекультурные компетенции (ОК):**

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способность проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
- способность вести здоровый образ жизни, обеспечивать безопасность жизнедеятельности, владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ОК-14.

***б) профессиональные компетенции (ПК):***

- способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);
- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11);
- готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- способность проводить научные исследования в профессиональной деятельности (ПК-16).

**7. Структура и содержание учебной практики**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единиц, что составляет 216 часов. Структура и содержание учебной практики представлена в таблице 1.

Таблица 1

## Структура и содержание учебной практики

№ п / п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 6 ЗЕТ (216 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	<b>Подготовительный этап</b> - закрепление научного руководителя, знакомство практиканта с программой прохождения практики, выдача заданий на практику, инструктаж по технике безопасности.	4	4	16	Ведомость инструктажа по ТБ, задание на практику
2	<b>Ознакомительный этап</b> - знакомство практиканта с историей создания и уставом организации, ознакомление с трудовым распорядком, изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта, организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников т.п., сбор материала для исследования. Ознакомительная лекция по организации научно-исследовательской работы.	4	4	16	Дневник по практике
3	<b>Аналитический этап</b> - проведение необходимых расчетов по теме исследования, анализ собранных материалов, обсуждение с руководителем проделанной части работы Научно-исследовательская работа – сбор информации по теме научного исследования	4	32	60	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<b>Отчетный этап</b> - обработка и анализ полученной информации, выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений, подготовка и оформление отчета по практике	-	4	56	Отчет по практике, дневник
5	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	4	8	Отчет по практике, дневник, характеристика
	<b>ИТОГО</b>	<b>12</b>	<b>48</b>	<b>156</b>	

**Примечание:** к видам учебной работы на учебной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

## **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике**

Во время прохождения учебной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20 процентов аудиторных занятий, что соответствует 12 часам.

В процессе учебной практики студентами изучаются и отражаются в отчетах по практике нижеследующие основные группы вопросов деятельности предприятий в сфере производственной деятельности: основные цели и виды деятельности предприятия (история создания и развития предприятия; организационно-правовая форма предприятия и формы собственности; основные цели, задачи, виды деятельности предприятия; вид предприятия; перспективы развития предприятия; место предприятия на рынке товаров и услуг (устойчивость и конкурентоспособность), а также организационно-технологические аспекты: структура подразделений предприятия, основные функции подразделений, состав кадров и их должностные обязанности, информационные системы управления.

## **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по учебной практике основано на:

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело, степень - бакалавр

2. Учебно-методический комплекс по практикам для специальности: 080301 Коммерция (торговое дело) [Текст] / Российский государственный торгово-университет (РГТЭУ) [сост. Половцева Ф. П.] – М.: РГТЭУ, 2008.

Студенты в рамках учебной практики самостоятельно должны освоить следующие разделы:

1. Общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые при прохождении практики (приведены в пункте 6).
2. Этапы прохождения практики (приведены в пункте 7).
3. Индивидуальное задание по профилю.
4. Оформление результатов практики
5. Подведение итогов практики (выводы по практике).

### **9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:**

1. Роль предпринимательства в развитии современной экономики.
2. Новые тенденции в эволюции торгового дела в России.



3. Основные закономерности развития экономической системы в конце XX — начале XXI в.
4. Организационно-правовые формы предпринимательства.
5. Государственное регулирование развития предпринимательской деятельности в России.
6. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
7. Направления поддержки развития предпринимательства в РФ.
8. Законы естественно-исторического развития социально-экономических систем.
9. Особенности современной организации коммерческой деятельности.
10. Роль и виды посредников в коммерческой деятельности.
11. Роль договора в организации отношений субъектов коммерческой деятельности.
12. Предпринимательский риск и способы его предотвращения.
13. Роль розничных и оптовых предприятий в современной экономике.
14. Особенности организации торгового процесса в торговом предприятии.
15. Система показателей, характеризующих устойчивое развитие социально-экономических систем.
16. Мировая экономика: сущность, основные этапы формирования и современные тенденции развития
17. Роль России в мировой торговле.
18. Особенности торговли услугами.
19. Проблемы формирования экономической системы России.
20. Понятие неопределенности экономических систем и подходы к ее оценке.
21. Современная экономическая система и тенденции ее развития в начале третьего тысячелетия.
22. Организация технологического процесса на складе в торговом предприятии.
23. История развития торговли в России.
24. Современные тенденции формирования экономических структур.
25. Потребительский выбор.
26. Формирование спроса и предложения.
27. Понятие и виды конкуренции.
28. Сущность и направления экономической политики государства.
29. Мировая валютная система и этапы ее развития.
30. Развитие предпринимательства в РФ.
31. Исторические этапы развития экономической мысли.
32. Пути выхода из экономического кризиса.
33. Россия и ВТО.

## **9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.**

### **1 этап**

1. Ознакомление с программой учебной практики
2. Правила техники безопасности.

### **2 этап**

1. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта
2. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
3. Сбор материала по теме исследования

### **3 этап**

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

### **4 этап**

1. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений
2. Подготовка и оформление отчета по практике

**5 этап****1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.**

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

**10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики. Отчет по учебной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки. По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка. Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

**10. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики**

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотечке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
<b>а) Основная</b>						
1.	СРС	Закон РФ «Об образовании».	Правительство РФ	10.07.1992 г. N 3266-1 (ред. от 28.09.2010)	5	1
2.	СРС	История мировой экономики	Поляк Г.Б., Маркова А.Н..	М.: Юнити-ДАНА, 2005	20	1
3.	СРС	Методические рекомендации по разработке и реализации на основе деятельностно-компетентностного подхода образовательных программ ВПО, ориентированных на ФГОС третьего поколения. Серия «Инновационный Университет».	Афанасьева Т.П., Караваева Е.В., Канукоева А.Ш., Лазарев В.С., Немова Т.В.	М.: Изд-во МГУ, 2007.	10	1
4.	ТО	Глобализация мировой экономики и регионы России : уч. пособие –	Нагдиев С.А.	М.: Экономика, 2005	26	1

1	2	3	4	5	6	7
5.	ТО	Привлечение, удержание и развитие персонала компании учеб.пособие	Макарова И.К., Алехина О.Е., Крайнова Л.М	М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010	15	2
6.	ТО	Коммерческая деятельность. Учебное пособие	Олейник А. Н	М.: Инфра-М, 2005.	10	1
7.	ТО	Теоретические основы товароведения./Учеб. для вузов/	Николаева М.А.	М.: Норма, 2009.	15	1
<b>б) Дополнительная</b>						
8.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	50	1
9.	СРС	Новая институциональная экономическая теория / 4-е перераб. и доп. изд.	Шаститко А.Е.	М.: ТЕИС, 2010	15	1
10.	СРС	Теоретический анализ экономических систем.	Кривяков С.В	Томск, Изд-во Том. ун-та, 2007.	10	1
11.		Розничная торговля: стратегический подход.	Берман Б., Эванс Дж. Р.	М.: Вильямс. 2008.	10	1
12.		Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом.	Бузукова Е.А.	СПб: Питер, 2009.	10	1
13.		Современный склад. Организация, технология, управление и логистика: учебно-практическое пособие.	Гаджинский А.М.	М.: ТК Велби, Издательство «Перспектива», 2007.	10	3
14.		Управление продажами.	Голова А.Г.	М.: ИТК «Дашков и К», 2010.	10	1
<b>в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:</b>						
15.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
16.	СРС	<a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле				
17.	СРС	<a href="mailto:info@citmgu.com">info@citmgu.com</a>				
18.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации <a href="http://www.правительство.рф">www.правительство.рф</a>				

1	2	3	4	5	6	7
19.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
20.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
21.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru">www.gpntb.ru</a> / Государственная публичная научно-техническая библиотека				
22.	СРС	<a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a> – Менеджмент и маркетинг в бизнесе				
23.	СРС	<a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты				
24.	СРС	<a href="http://www.nns.ru">www.nns.ru</a> / Национальная электронная библиотека				
25.	СРС	<a href="http://www.rsl.ru">www.rsl.ru</a> / Российская государственная библиотека.				

## 12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Материально-техническое обеспечение, необходимое для проведения учебной практики, включает в себя: компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет; аудитории, оборудованные проекционной техникой, соответствующие требованиям безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ, программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрОП ВПО по направлению и профилю подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция»

Рецензент от выпускающей кафедры по направлению **100700.62 – Торговое дело**

К.э.н.

\_\_\_\_\_

**Булатова З.К.**

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»**

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
факультета государственного и  
муниципального управления,  
профессор

Х.З. Халимбеков

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ  
профессор

К.А. Гасанов

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ - 1**

**Б5.Б2 - Производственная практика**

для направления 100700.62 – Торговое дело

по профилю Коммерция

факультет государственного и муниципального управления

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

факультет государственного и муниципального управления

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная \_\_\_\_\_ курс 2 семестр 4

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зав. кафедрой М.Г. Шабанов

Нач. учебного отдела Р.А. Атаханов

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 14.09.2011 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62. – Торговое дело профилю «Коммерция» \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов**

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией**  
**направления 100700.62**  
**«Торговое дело»**  
**профиль «Коммерция»**  
шифр и полное наименование

**АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:**

**Э.С. Атуева., к.э.н., доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
ПОДПИСЬ

Председатель МК

\_\_\_\_\_  
**З.Р. Мурадова**

Подпись, ФИО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2011г.

### **1. Цели производственной практики**

Целями производственной практики являются углубление профессиональных знаний в сфере коммерческой деятельности, формирование навыков применения полученных знаний, а также необходимых общекультурных и профессиональных компетенций в профессиональной деятельности, выполнение конкретных функций и участие студентов в производственной деятельности предприятия (организации).

### **2. Задачи производственной практики**

Задачи производственной практики определяются видами и задачами профессиональной деятельности. В настоящем разделе приведен полный перечень задач производственной практики. Для прохождения производственной практики руководителем производственной практики формируется круг задач производственной практики бакалавра по торговому делу, необходимый для выполнения отчета по производственной практике.

Выполнение задач производственной практики направлено на:

- изучение сферы деятельности, структуры торгового предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;
- участие студента в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;
- разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия.

### **3. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция»**

Производственная практика входит в раздел «Б.5. Учебная и производственные практики» ФГОС -3 по направлению подготовки ВПО «Торговое дело».

Производственная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом.

Практика проводится в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению 100700.62 - «Торговое дело» профилю «Коммерция».

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 100700.62 - «Торговое дело» Продолжительность производственной практики 6 недель (4, 6 и 8 семестры - 9 ЗЕТ/ 324 часа), из них в 4 семестре 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов.

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и производственная практика позволяют профессионально овладеть

знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Производственная практика бакалавра базируется на основании следующих циклов (разделы) ООП, предметов, курсов, дисциплин:

**Гуманитарный, социальный и экономический цикл дисциплины:** «*Экономическая теория*», «*Социокультурные основы управления бизнес-организацией*», «*Конъюнктура товарного рынка*», «*Теория и практика кооперации*».

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- основные понятия и модели микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные аспекты состояния и развития современного товарного рынка;
- особенности управления бизнес-средой в организации;

**уметь:**

- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации);

**владеть:**

- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства;
- навыками изучения рынка и рыночной среды, окружающей организацию;
- способами проведения исследований конъюнктуры товарного рынка;
- основами кооперации в предпринимательской среде;
- навыками деловых коммуникаций.

**Математический и естественнонаучный цикл дисциплины:** «*Основы информационно-аналитической работы в торговле*».

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- основные математические модели принятия решений в сфере коммерции;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных.

**уметь:**

- решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;

**владеть:**

- математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий.

**Профессиональный цикл дисциплины:** «*Статистика*», «*Бухгалтерский учет*», «*Правовое регулирование профессиональной деятельности*», «*Планирование и прогнозирование деятельности торгового предприятия*», «*Организация предприятий в сфере коммерции*».

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- статистические аспекты развития экономической системы;



- особенности построения бухгалтерского учета в организациях;
- правовые основы регулирования коммерческой деятельности;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- способы осуществления бизнес-планирования в торговой организации;
- основные задачи и экономические показатели деятельности предприятия;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- факторы, влияющие на положение компании на рынке;

**уметь:**

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации маркетинговой деятельности предприятия.

**владеть:**

- методикой учета статистических показателей на предприятии;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- методами оптимизации структуры капитала и оборотных активов мотивации.
- методами управления операциями;
- способами организации бизнес-планирования на предприятии;
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин: **Математического и естественно-научного цикла:** «Экология», «Микробиология, санитария и гигиена», **Профессионального цикла:** «Маркетинг», «Экономика организации», «Логистика», «Менеджмент», «Рекламная деятельность», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Организация торгового дела», «Ценообразование в торговой деятельности», «Технология и организация продаж», «Международный бизнес и внешнеторговые операции», «Интернет-торговля».

#### 4. Формы проведения производственной практики

Формой проведения производственной практики является активная практика на предприятиях и организациях, в ходе которой студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

Производственной практикой студента руководят руководители от ДГТУ и руководители практикой от организации, назначенные приказом руководителя от организации.

Руководитель практики от ДГТУ перед ее началом консультирует студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов, один раз в неделю посещает базы практики и оказывает студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики, ведет учет выхода студентов на практику, знакомит руководителей практики от организации с программой производственной практики и методикой ее проведения, требованиями к студентам-практикантам и критериями оценки их работы во время практики, изучает вопрос о наличии вакансий с целью дальнейшего трудоустройства выпускников Университета.

Руководитель практики от предприятия организует прохождение практики студентом: знакомит с организацией маркетинговой деятельности; с охраной труда; помогает выполнить все задания и консультирует по вопросам практики; проверяет ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики; осуществляет постоянный контроль за практикой студентов; кроме того, составляет характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

По согласованию с руководителями практики студент (или группа студентов) может получить индивидуальное задание на период производственной практики, увязанное с решением конкретных задач, стоящих перед организацией или связанных с научно-исследовательской работой кафедры.

### **5. Место и время проведения производственной практики**

Производственная практика проводится согласно графику учебного процесса в 4-м семестре на 2 курсе. Продолжительность практики – 2 недели.

Производственная практика является важным этапом обучения в бакалавриате и проводится для сбора, систематизации, обобщения материалов для подготовки отчета по практике.

Объектами прохождения производственной практики могут быть предприятия и учреждения различных форм собственности и правового статуса, объединения, ассоциации, союзы и т.д. Базами учебной практики являются: Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства РД, АНО «Межрегиональный Маркетинговый Центр Дагестан-Москва», предприятия, учреждения и организации сферы торговли, сбыта и товарного обращения города Махачкалы.

Объект практики устанавливается кафедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

Производственная практика студентов должна проходить в одном из подразделений предприятия (организации, учреждения), выполняющего экономические, плановые, организационные или управленческие функции, или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики. При прохождении практики студенты выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте: заместителя управляющего отделом маркетинга, специалиста по продажам, маркетолога, менеджера торгового зала, склада и др.

### **6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

#### ***а) общекультурные компетенции (ОК):***

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информа-

цией (ОК-8).

**б) профессиональные компетенции (ПК):**

**общепрофессиональными:**

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

**торгово-технологическая деятельность:**

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);

**организационно-управленческая деятельность:**

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11)
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14);

**научно-исследовательская деятельность:**

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17);

**проектная деятельность:**

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий (ПК-18);
- готовностью участвовать в реализации проектов в области маркетинговой деятельности (ПК-19).

**7. Структура и содержание производственной практики**

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 недель, 9 зачетных единиц - 324 часов, из них в 4 семестре – 2 недели (3 зачетные единицы – 108 часов).

Студент в период прохождения производственной практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, ознакомиться с аналитической информацией, собрать и подготовить иллюстративный материал.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий.

Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу фирм, организаций и предприятий.

За время прохождения практики студенты должны собрать сведения о предприятии по следующим основным направлениям:

*I. Общая характеристика предприятия:*

- история развития предприятия;
- изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;
- организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала;
- информация об ассоциированных членах или финансируемых компаниях (если предприятие входит в состав какой-либо группы), о действующих соглашениях с другими фирмами;
- цели, задачи, миссия предприятия;
- степень механизации и автоматизации производства и процессов управления;
- производственная структура предприятия (технологический аспект);
- стратегия и тактика управления предприятием;
- уровень организационной культуры;
- вопросы организации делопроизводства: тип и объем документации (договоры, заказы, счета, накладные, заявления, расписки, чеки, претензии и др.);
- вопросы безопасности, касающиеся защиты жизни работающих, коммерческой информации о клиентах, продукции и торгово-технологических процессах, прибыли, объемах реализации, а также сохранности товаров и имущества, доступа к компьютерам и перспективным планам фирмы, соблюдения санитарных правил.

*II. Анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия за последние три года, ценообразование:*

- основные показатели технологического процесса,
- показатели по труду и заработной плате,
- эффективность использования основных фондов,
- эффективность использования оборотных средств,
- уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,
- факторы, определяющие решения по ценам;
- определение цен на новые изделия;
- ценовая политика, ценовые стратегии.

*III. Организационная структура службы маркетинга и управление маркетингом на предприятии:*

- организационная структура управления маркетинговой деятельностью предприятия;
- характер организационных отношений между структурными подразделениями;
- задачи службы маркетинга;
- система организации службы маркетинга;
- профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;
- процесс подбора кадров руководителей и специалистов;
- система материального и морального стимулирования;
- функции управленческого персонала службы маркетинга;

- требования, предъявляемые, к работникам службы маркетинга, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;
- система работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.);
- система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;
- эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия. Студент должен обосновать основные мероприятия по совершенствованию организационной структуры службы маркетинга предприятия.

#### *IV. Информационно-аналитическая деятельность:*

- задачи и механизм действия системы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;
- анализ маркетинговой среды фирмы;
- структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
- массивы информации;
- коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);
- характеристика общей схемы информационных потоков в организации;
- информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
- средства передачи и преобразования информации;
- механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;
- сегментация рынка и выбор целевых сегментов;
- изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;
- изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

#### *V. Товарно-производственная деятельность:*

- принципы планирования и формирования товарной политики;
- управление качеством товара;
- стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
- инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.
- ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
- анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;
- характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);
- характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;
- потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;
- санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;

- номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;
- структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;
- широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.
- стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;
- организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием; требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

*VI. Сбытовая деятельность предприятия:*

- разработки стратегий сбыта;
- выбора каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж;
- изучение рынка сырья и материалов;
- разработка плана закупок материальных ресурсов;
- организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика;
- условия поставки материальных ресурсов;
- формы расчетов при закупке материальных ресурсов.
- планирование сбыта продукции;
- организация оперативно-сбытовой работы;
- характеристика основных покупателей продукции предприятия;
- фирменная сеть предприятия.

*VII. Коммуникационная деятельность предприятия:*

- планирование продвижения товара на рынке;
- коммуникационная политика фирмы;
- стратегия и тактика фирмы в области рекламы и ее эффективность;
- инструменты стимулирования сбыта;
- создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- организация связей с общественностью.

В производственную практику могут быть включены *индивидуальные задания*.

Студент выполняет следующие задания по производственной практике:

- 1) изучает и анализирует основные этапы договорной работы;
- 2) изучает содержание работ по закупке товаров: выявляет и анализирует источники закупки товаров, определяет спрос покупателей, участвует в формировании и предоставлении заказов поставщикам или заключении с ними договоров, осуществлении контроля за поставками и ведением претензионной работы, стимулировании сбыта;
- 3) знакомится с управлением товарными запасами: информацией о состоянии товарных запасов, использовании её для правильного определения объема закупок;
- 4) принимает участие в организации доставки товаров от поставщика (или отгрузки товарополучателю) и знакомится с транспортно-экспедиционными операциями на этапах отправления и приемки товаров, при доставке их автомобильным и железнодорожным транспортом;
- 5) знакомится с организационной структурой склада и функциями его работников, комплексов операций, связанных с подготовкой к приемке и приемкой товаров, раз-

- мещением их на хранение, организацией хранения и подготовкой к отпуску покупателям; изучает организационно-экономические принципы хранения;
- б) выполняет в качестве дублёра следующие операции: приемку товаров на складе (в магазине), проверку товаров по количеству и качеству, оформление приемно-сдаточных документов, регистрацию принятых товаров;
- 7) изучает принципы хранения товаров в магазине: планирование складской площади, размещение товаров, обеспечение их безопасности, организацию учета и отпуска товаров со склада, применение подъемно-транспортного оборудования;
- 8) изучает организацию работ по продажам товаров методами, существующими на предприятии и способствующим увеличению товарооборота и прибыли; изучает экономические, технологические и социальные показатели, характеризующие продажи товаров, работу по их стимулированию; знакомится с оформлением документов и учетом товаров в процессе продажи.

В зависимости от организационной формы, вида и типа торгового предприятия руководители практики могут давать студенту (или группе студентов) конкретные задания из вышеперечисленных на период прохождения производственной практики.

Таблица 1

**Структура и содержание производственной практики**

	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
<b>1</b>	<b>Подготовительный этап:</b> Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	2	2	8	Запись в дневнике практики
<b>2</b>	<b>Производственный этап:</b> Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
<b>3</b>	<b>Аналитический этап:</b> Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике,	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6
4	<b>Отчетный этап:</b> Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>78</b>	

**Примечание:** к видам учебной работы на производственной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

#### **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике**

В процессе прохождения практики должны применяться следующие научно-исследовательские и научно-производственные технологии: наблюдение, беседа, сбор, первичная обработка, систематизация и анализ материалов, описание полученного на практике опыта в отчете по практике.

Во время прохождения производственной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20 процентов аудиторных занятий, что соответствует 6 часам.



## 9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по учебной практике основано на:

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело, степень - бакалавр
2. Учебно-методический комплекс по практикам для специальности: 080301 Коммерция (торговое дело) [Текст] / Российский государственный торгово-экономический университет (РГТЭУ) [сост. Половцева Ф. П.] – М.: РГТЭУ, 2008.
3. Халимбеков Х.З., Атуева Э.С. Методические рекомендации по разработке программ всех видов практик бакалавриата и магистратуры. – М.: ДГТУ, 2011. – 32 с.
4. Методические указания к составлению отчета о прохождении производственной практики.

Студенты при прохождении практики обязаны:

- качественно и полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять установленные в организации правила внутреннего распорядка или распорядка, установленного руководителем практики;
- представлять руководителю практики отчет о выполнении заданий;
- собирать и обобщать необходимый материал для отчета по практике.

По завершении производственной практики студенты представляют на кафедру маркетинга и бизнеса заполненный по всем разделам дневник практики и отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных программой практики задач.

Дневник и отчет по практике являются основными документами, характеризующим и подтверждающим прохождение студентом производственной практики, в которых отражается его текущая работа в процессе практики и собранный аналитический материал.

Все разделы дневника должны быть заполнены, включая:

- календарный план прохождения студентом практики с отметками о полноте и уровне его выполнения;
- выданное студенту индивидуальное задание на производственную практику;
- ежедневные записи о содержании выполненной студентом практической работы на предприятии;
- выводы и предложения студента по практике;
- краткая характеристика и оценка работы студента в период практики руководителем практики от предприятия и кафедры.

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен отражать его деятельность в период практики.

В составе отчета о производственной практике студент представляет на кафедру систематизированные материалы по решению конкретных задач, по совершенствованию деятельности подразделений предприятия, структуры аппарата управления предприятием, системы организации и оплаты труда, форм и методов организации производства, структуры материальных и информационных потоков на предприятии.

Отчет состоит из нескольких разделов: введения, основной части и заключения.

Отчет должен начинаться с краткого **введения**. Во введении определяются цели и задачи производственной практики, обосновывается выбор места практики, раскрываются основные вопросы, которыми занимался студент на практике.

**Основная часть** включает в себя аналитическую записку по разделам примерного календарного плана производственной практики. Собранный практический материал может быть систематизирован и представлен по следующей схеме:

1. Общая характеристика предприятия.
2. Анализ и планирование хозяйственной деятельности предприятия.
3. Анализ ценообразования на предприятии.
4. Организационная структура службы маркетинга и управление маркетингом на предприятии.
5. Информационно-аналитическая деятельность.
6. Товарно-производственная деятельность.
7. Сбытовая деятельность предприятия.
8. Коммуникационная деятельность предприятия.
9. Анализ результатов выполнения индивидуального задания.

**Заключение** должно включать обобщенные, четко и конкретно изложенные результаты теоретических, методологических и практических исследований. В этом разделе даются предложения по использованию маркетинговых подходов на предприятии, повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Излагаются основные недостатки в работе объекта практики, отмеченные студентом, и предложения по устранению отмеченных недостатков в конкретной форме.

**Список использованной литературы** составляется по правилам библиографии. Литература приводится в общепринятом порядке с последовательной нумерацией источников.

В **приложениях** приводится вспомогательный материал: промежуточные математические расчеты, таблицы вспомогательных данных, анкеты, инструкции, копии договоров и актов, заполненные студентом бланки, формы и другие документы. Приложения необходимо располагать в порядке появления ссылок в тексте отчета. Приложения нумеруют последовательно арабскими цифрами (без знака №), например: Приложение 1, Приложение 2 и т. д. Слово “Приложение” с его порядковым номером располагают в правом верхнем углу страницы. Каждое приложение должно иметь заголовок.

Текст отчета должен быть набран на компьютере с использованием текстового редактора Microsoft Word. Объем отчета, как правило, составляет 25-30 страниц. В указанный объем приложения не входят. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Нумерация страниц начинается с третьего листа и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер "3".

Отчет должен быть оформлен на одной стороне листа бумаги формата А4 (210 x 270 мм). Тип шрифта: Times New Roman. Шрифт основного текста: обычный, размер 14. Текст следует печатать через 1,5 интервала, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм; правое – 10 мм; верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм.

Отчет должен быть написан экономически и грамматически правильным языком. Излагать материал следует четко, ясно, применяя принятую научную терминологию, избегая повторов и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях.

Напечатанный отчет тщательно проверяется, цифровой материал сверяется. Невыправленные опечатки создают неблагоприятное впечатление об авторе работы, характеризуя его небрежность. Работа с большим количеством невыправленных опечаток не допускается к защите.

За титульным листом располагают оглавление (содержание), с выделением глав и параграфов по схеме, принятой в типографских изданиях.

Все заголовки и подзаголовки в тексте работы следует выделять шрифтом, отличным от шрифта основного текста.

Каждая глава начинается с новой страницы, параграфы располагаются друг за другом.

Дословное приведение выдержки из какого-либо произведения для подкрепления мысли авторитетным высказыванием (цитата) выделяется кавычками и снабжается ссылкой на источник.

Подробная ссылка на первоисточник делается под чертой внизу той страницы, где заканчивается цитата или изложение чужой мысли. При подробной ссылке указываются фамилия, инициалы автора, название работы, издательство, место и год издания, страница.

При краткой ссылке она делается сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте с указанием номера источника из списка литературы и страницы в квадратных скобках, а подробное описание выходных данных источника делается в списке литературы в конце работы. Краткая ссылка на источник оформляется так: [17, с. 375]. Студент обязан делать сноски на используемые им литературные источники и нормативно-правовой материал.

Для наглядности в отчет обязательно должны быть включены таблицы и графики. Таблица, занимающая более чем одну страницу, размещается в приложении. Нецелесообразно все таблицы и графики размещать в приложении. Графики, схемы и таблицы должны быть органически связаны с текстом.

При составлении и оформлении таблиц рекомендуется выполнять ряд требований, основными из которых являются следующие:

1. Таблица должна быть снабжена текстовым заголовком, который располагается над таблицей посередине полосы. Заголовок пишется с прописной буквы без точки в конце.

2. Таблицы нумеруются последовательно в пределах главы арабскими цифрами. Номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы в данной главе.

3. Слово “Таблица” и ее порядковый номер (без знака №) пишется сверху самой таблицы в правой стороне, затем дается ее название.

Таблицы с цифровыми данными должны обязательно содержать указания на размерность этих данных. Допускается указывать над таблицей общую размерность данных. Цифры в графах таблиц располагаются так, чтобы шкалы чисел во всей графе были точно одни под другими. Для расчета табличных данных используют программу электронных таблиц Excel.

Если таблица составлена на основании собственных исследований, то это обязательно следует указать; если же она заимствована из каких-либо источников, то необходимо сделать ссылку на источник с указанием номера источника по списку литературы и страниц, на которых она помещена.

Заголовки граф таблиц должны начинаться с прописных букв, подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком, и с прописных, если они самостоятельные. Если таблица текстовая, то слова в графах таблицы всегда пишутся с прописной буквы. В конце текста в графах точка не ставится.

Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте. При этом располагать таблицу, как и любой другой иллюстративный материал, следует так, чтобы ее можно было читать без поворота текста работы. Если такое расположение невозможно, таблицу помещают так, чтобы для ее чтения надо было повернуть работу по часовой стрелке.

Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не умещается на одной странице. При переносе таблицы на следующую страницу шапку таблицы следует повторить и над ней поместить слова “Продолжение таблицы” с указанием номера. Если шапка таблицы громоздка, можно ее не повторять; в этом случае пронумеровывают графы и повторяют их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

При ссылке на таблицу указывают ее номер, а слово “Таблица” пишут в сокращенном виде, например: (табл. 2.1). Повторные ссылки на таблицу следует давать с сокращенным словом “смотри”, например: (см. табл. 2.1).

Графики, схемы, диаграммы, чертежи должны быть органически увязаны с текстом, грамотно выполнены и правильно оформлены. Для построения диаграмм используют мастер диаграмм Excel.

Все иллюстрации именуется рисунками и нумеруются последовательно арабскими цифрами. Каждый рисунок должен сопровождаться содержательной подписью, которая располагается под рисунком в одну строку с номером. Каждый вид иллюстраций нумеруется арабскими цифрами последовательно в пределах главы. Номер состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации (например: рис. 1.2.).

Рисунки должны размещаться сразу после ссылки на них в тексте работы. При ссылке на рисунок указывается его порядковый номер, а слово "рисунок" пишется в сокращенном виде, например: (рис. 2.1). Повторные ссылки на рисунки следует давать с сокращенным словом "смотри", например: (см. рис. 2.1).

Формулы должны органически вписываться в текст изложения, не нарушать грамматической структуры текста работы. Формулы следует располагать посередине строки, непосредственно следующей за строкой, содержащей ссылку на это выражение. Необходимо давать подробное пояснение к каждому символу, если он встречается впервые.

Формулы, на которые имеются ссылки в тексте в пределах главы, последовательно нумеруются с указанием главы через точку. Каждый номер должен быть заключен в скобки и помещен на правом поле на нижней строке выражения, к которому он относится. Ссылки в тексте на номер формулы дают в круглых скобках.

### **9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:**

1. Объясните, как организован контроль качества товаров и услуг на конкретном предприятии и его влияние на увеличение объема продаж?
2. Какое подразделение организует и кто осуществляет приемку товаров по количеству и качеству, ее учет?
3. Охарактеризуйте элементы системы управления товародвижением, его учет и методы оптимизации, мероприятия по сокращению потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов.
4. В каких видах работ по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии Вы принимали участие на практике?
5. Каков порядок проведения инвентаризации, определения и списания потерь на предприятии?
6. Какие технологии и технические средства применяют для сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью?
7. Какими методами изучают и прогнозируют спрос потребителей на определенных сегментах рынка;
8. Какие документы для ведения коммерческой деятельности составляют в организации, и какие методы проверки правильности ее оформления используют на практике?
9. Какими федеральными законами и нормативными документами, а также требованиями, установленными техническими регламентами, стандартами, положениями договоров пользуется персонал маркетинговых служб?
10. Какие критерии применяют руководители маркетинговых служб при выборе деловых партнеров, кто проводит деловые переговоры, заключает договора на взаимовыгодной основе и осуществляет контроль за выполнением договоров?
11. Рассмотрите методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг в организации.
12. Как осуществляется выбор и реализация стратегии ценообразования?
13. Охарактеризуйте систему организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров?

14. Какие пути повышения качества торгового обслуживания потребителей Вы предлагаете для конкретной организации?
15. Каковы процедура управления товарными запасами и методы их оптимизация?
16. Каковы методы управления персоналом подразделений маркетинговой службы в данной организации?
17. Какова схема анализа и показателей оценки маркетинговой деятельности принята к конкретной организации?
18. Каковы организационная структура маркетинговой службы конкретной организации и функции ее персонала?
19. Научно-исследовательская деятельность (по заказу организации):
20. Опишите содержание работ по организации, проведению исследований маркетинговой деятельности и оценке их эффективности.
21. Дайте характеристику результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой.
22. В разработке каких инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности Вы принимали участие?

## **9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.**

### **1 этап**

1. Ознакомление с программой производственной практики
2. Правила техники безопасности.

### **2 этап**

4. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта
5. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
6. Сбор материала по теме исследования

### **3 этап**

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

### **4 этап**

3. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений
4. Подготовка и оформление отчета по практике

### **5 этап**

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

## **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики.

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой, результаты анализа, выводы и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Отчет по производственной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки.

К отчету прилагается дневник прохождения производственной практики на предприятии, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная студентом в

процессе изучения маркетинговой деятельности на предприятии. В дневнике должна быть дана характеристика на студента, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью.

Отчет, допущенный к защите, защищается студентом перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры. По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

Студент, не выполнивший программу производственной практики, получивший отрицательную характеристику о своей работе на предприятии или неудовлетворительную оценку при защите отчета, не допускается к итоговой государственной аттестации.

По результатам производственной практики необходимо проводить студенческие конференции для обобщения опыта маркетинговой деятельности в предприятиях, различающихся хозяйственной деятельностью и характером совершаемых коммерческих операций.

## 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В биб-лиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
<b>а) Основная</b>						
1.	СРС	Закон РФ «Об образовании».	Правительство РФ	10.07.1992 г. N 3266-1 (ред. от 28.09.2010)	5	1
2.	СРС	История мировой экономики	Поляк Г.Б., Маркова А.Н..	М.: Юнити-ДАНА, 2005	20	1
3.	СРС	Методические рекомендации по разработке и реализации на основе деятельностно-компетентного подхода образовательных программ ВПО, ориентированных на ФГОС третьего поколения. Серия «Инновационный Университет».	Афанасьева Т.П., Караваева Е.В., Канукоева А.Ш., Лазарев В.С., Немова Т.В.	М.: Изд-во МГУ, 2007.	10	1
4.	ТО	Глобализация мировой экономики и регионы России : уч. пособие –	Нагдиев С.А.	М.: Экономика, 2005	26	1

1	2	3	4	5	6	7
5.	ТО	Привлечение, удержание и развитие персонала компании. Учеб. пособие	Макарова И.К., Алехина О.Е., Крайнова Л.М	М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010	15	2
6.	ТО	Коммерческая деятельность. Учебное пособие	Олейник А. Н	М.: Инфра-М, 2005.	10	1
7.	ТО	Теоретические основы товароведения./Учеб. для вузов/	Николаева М.А.	М.: Норма, 2009.	15	1
8.	ТО	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005	5	1
9.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Котлер Ф., Келлер К.Л.	СПб.: Питер, 2009. – 816 с.	5	1
10.	СРС	Маркетинг: Учеб. - 3-е изд., перераб. и доп.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009. – 384 с.	5	1
11.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
<b>б) Дополнительная</b>						
12.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	50	1
13.	СРС	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории.	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005.	5	1
14.	СРС	Новая институциональная экономическая теория / 4-е перераб. и доп. изд.	Шаститко А.Е.	М.: ТЕИС, 2010	15	1
15.	СРС	Теоретический анализ экономических систем.	Кривяков С.В	Томск, Изд-во Том. ун-та, 2007.	10	1
16.	СРС	Маркетинг: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2009 216	5	1

1	2	3	4	5	6	7
17.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие - 2-е изд., перераб. и доп.	Басовский Л.Е., Басовская Е.Н.	М.: ИНФРА-М, 2009. – 421 с.	5	1
18.	СРС	Маркетинг: теория, методика, практика: Учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. –	Бронникова Т.С.	М.: КноРус, 2008. – 208 с.	5	1
19.	СРС	Маркетинговое управление. Принципы управленческих решений и российская практика - 3-е изд., перераб. и доп. –	Гайдаенко Т.А.	М.: Эксмо, 2008. – 512 с.	5	1
20.	СРС	Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник - 4-е изд., перераб. и доп. –	Голубков Е.П.	М.: Финпресс, 2008. – 496 с.	5	1
21.	СРС	Розничная торговля: стратегический подход.	Берман Б., Эванс Дж. Р.	М.: Вильямс. 2008.	10	1
22.	СРС	Закупки и поставки. Курс управления ассортиментом.	Бузукова Е.А.	СПб: Питер, 2009.	10	1
23.	СРС	Современный склад. Организация, технология, управление и логистика: учебно-практическое пособие.	Гаджинский А.М.	М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2007.	10	3
24.	СРС	Управление продажами.	Голова А.Г.	М.: ИТК «Дашков и К», 2010.	10	1
<b>в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:</b>						
25.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
26.	СРС	<a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле				
27.	СРС	<a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса.				
28.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
29.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
30.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru/">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				



1	2	3	4	5	6	7
31.	СРС	www.nta-rus.com - Национальная Торговая Ассоциация				
32.	СРС	www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал				
33.	СРС	www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга				
34.	СРС	www.ime-link.ru - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
35.	СРС	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a> - маркетинг				
36.	СРС	<a href="http://www.marketolog.ru">www.marketolog.ru</a> - маркетолог				
<b>г) Периодические издания:</b>						
37.		Журнал «Практический маркетинг»				
38.		Бизнес-образование				
39.		Маркетинг				
40.		Проблемы теории и практики управления				
41.		Российский журнал менеджмента				
42.		Маркетинг и маркетинговые исследования				

Формирование и обновление фонда библиотеки осуществляется в соответствии с приказом Минобразования России № 1246 от 27.04.2000 г. «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения» и приказом Минобразования России № 1623 от 11.04.2001 г. «Об Утверждении минимальных нормативов обеспеченности высших учебных заведений учебной базой в части, касающейся библиотечно-информационных ресурсов».

Общий фонд включает учебники и учебные пособия, научную литературу, в которую входят: диссертации, монографии, авторефераты, вся справочная литература, энциклопедии - универсальные и отраслевые, электронные учебники.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания. Фонд периодики представлен отраслевыми изданиями, соответствующими профилю вуза. Фонд периодических изданий комплектуется массовыми центральными и местными общественно-политическими изданиями.

## 12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Материально-техническое обеспечение, необходимое для проведения производственной практики, включает в себя: компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет; аудитории, оборудованные проекционной техникой, соответствующие требованиям безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ, программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access).

В специализированной аудитории при подготовке бакалавров по профилю «Коммерция» используют: аудио-, видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран; специальную мебель.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрОП ВПО по направлению и профилю подготовки 100700.62- Торговое дело по профилю «Коммерция»

Рецензент от выпускающей кафедры  
по направлению 100700.62- Торговое дело

К.э.н. \_\_\_\_\_ **З.К. Булатова**

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»**

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
факультета государственного и  
муниципального управления,  
профессор

**Х.З. Халимбеков**

Подпись                      ФИО  
\_\_\_\_\_ 2011

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ  
профессор

**К.А. Гасанов**

Подпись                      ФИО  
\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ - 2**

**Б5.Б2 - Производственная практика**

для направления **100700.62 – Торговое дело**

по профилю **Коммерция**

факультет **государственного и муниципального управления**

кафедра **маркетинга и бизнеса**

Квалификация выпускника (степень) **бакалавр**

факультет **государственного и муниципального управления**

кафедра **маркетинга и бизнеса**

Квалификация выпускника (степень) **бакалавр**

Форма обучения очная, заочная \_\_\_\_\_ курс **3** семестр **6**

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зав. кафедрой **М.Г. Шабанов**

Нач. учебного отдела **Р.А. Атаханов**

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 14.09.2011 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62. – Торговое дело профилю «Коммерция» \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов**

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией**  
**направления 100700.62**  
**«Торговое дело»**  
**профиль «Коммерция»**  
шифр и полное наименование

**АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:**

**Э.С. Атуева., к.э.н., доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
ПОДПИСЬ

Председатель МК

\_\_\_\_\_  
**З.Р. Мурадова**

Подпись, ФИО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2011г.

### **1. Цели производственной практики**

Целями производственной практики являются углубление профессиональных знаний в сфере коммерческой деятельности, формирование навыков применения полученных знаний, а также необходимых общекультурных и профессиональных компетенций в профессиональной деятельности, выполнение конкретных функций и участие студентов в производственной деятельности предприятия (организации).

### **2. Задачи производственной практики**

Задачи производственной практики определяются видами и задачами профессиональной деятельности. В настоящем разделе приведен полный перечень задач производственной практики. Для прохождения производственной практики руководителем производственной практики формируется круг задач производственной практики бакалавра по торговому делу, необходимый для выполнения отчета по производственной практике.

Выполнение задач производственной практики направлено на:

- изучение сферы деятельности, структуры торгового предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;
- участие студента в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения.

### **3. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»**

Производственная практика входит в раздел «Б.5. Учебная и производственные практики» ФГОС-3 по направлению подготовки ВПО «Торговое дело».

Производственная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом.

Практика проводится в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция».

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 100700.62 - Торговое дело. Продолжительность производственной практики 6 недель (4, 6 и 8 семестры - 9 ЗЕТ/ 324 часа), из них в 6 семестре 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов.

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и производственная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Производственная практика бакалавра базируется на основании следующих циклов (разделы) ООП, предметов, курсов, дисциплин:

**Математический и естественнонаучный цикл дисциплины:** «Экология», «Микробиология, санитария и гигиена».

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- особенности экологической ситуации и влияния на нее техногенной деятельности человека;
- основы микробиологии, санитарии и гигиены, как важные составляющие в оценке качества продуктов питания;

**уметь:**

- управлять качеством товаров и услуг, диагностировать их качество, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по и качеству;

**владеть:**

- навыками диагностирования и обеспечения качества товаров и услуг.

**Профессиональный цикл дисциплины:** «Маркетинг», «Экономика организации», «Логистика», «Менеджмент», «Рекламная деятельность», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Организация торгового дела», «Ценообразование в торговой деятельности», «Технология и организация продаж», «Международный бизнес и внешнеторговые операции», «Интернет-торговля».

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- основы построения маркетинговой деятельности предприятий;
- основные задачи и экономические показатели деятельности предприятия и управления ими;
- организацию рекламной деятельности предприятия;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- способы осуществления бизнес-планирования в торговой организации;
- направления проектирования показателей деятельности предприятий;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- ценообразование и факторы, определяющие ценовую политику предприятия;
- методы повышения эффективности продаж предприятия;
- закономерности развития мировой экономической системы;
- факторы, влияющие на положение компании на международном рынке;
- основы Интернет-технологий их развитие в торговле.

**уметь:**

- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации маркетинговой деятельности предприятия;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- рассчитывать основные экономические показатели деятельности предприятия;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки проектов будущей деятельности предприятия;
- управлять ценовой политикой на предприятии;
- повышать уровень ценовой конкурентоспособности товаров и объема продаж;
- ориентироваться на международном рынке;
- применять Интернет-технологии при реализации товаров на зарубежном рынке.

**владеть:**

- маркетинговыми инструментами при реализации товаров на рынке;
- методами оптимизации структуры капитала и оборотных активов мотивации;
- методами обеспечения ценовой конкурентоспособности товаров и повышения объема продаж;
- способами организации бизнес-планирования на предприятии;
- методами проектирования деятельности предприятия;
- методиками повышения продаж товаров;
- стратегиями выхода на зарубежный рынок;
- методами применения Интернет-технологий при реализации товаров на зарубежном рынке.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин: **Математического и естественно-научного цикла:** *«Математические методы моделирования торговой деятельности»*, **Профессионального цикла:** *«Информационные технологии в профессиональной деятельности»*, *«Основы коммерческих расчетов»*, *«Инновационный менеджмент»*, *«Маркетинг в сфере торговли»*, *«Товароведение однородных групп товаров»*, *«Управление конкурентоспособностью»*, *«Биржевая торговля»*, *«Организация и оплата труда в торговом предприятии»*, *«Управление брендом»*, *«Экономика и инфраструктура отраслевого рынка»*, *«Делопроизводство торговой организации»*, *«Организация деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли»*.

**4. Формы проведения производственной практики**

Формой проведения производственной практики является активная практика на предприятиях и организациях, в ходе которой студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

Производственной практикой студента руководят руководители от ДГТУ и руководители практикой от организации, назначенные приказом руководителя от организации.

Руководитель практики от ДГТУ перед ее началом консультирует студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов, один раз в неделю посещает базы практики и оказывает студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики, ведет учет выхода студентов на практику, знакомит руководителей практики от организации с программой производственной практики и методикой ее проведения, требованиями к студентам-практикантам и критериями оценки их работы во время практики, изучает вопрос о наличии вакансий с целью дальнейшего трудоустройства выпускников Университета.

Руководитель практики от предприятия организует прохождение практики студентом: знакомит с организацией маркетинговой деятельности; с охраной труда; помогает выполнить все задания и консультирует по вопросам практики; проверяет ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики; осуществляет постоянный контроль за практикой студентов; кроме того, составляет характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

По согласованию с руководителями практики студент (или группа студентов) может получить индивидуальное задание на период производственной практики, увязанное с решением конкретных задач, стоящих перед организацией или связанных с научно-исследовательской работой кафедры.

## **5. Место и время проведения производственной практики**

Производственная практика проводится согласно графику учебного процесса в 6-м семестре на 3 курсе. Продолжительность практики – 2 недели.

Производственная практика является важным этапом обучения в бакалавриате и проводится для сбора, систематизации, обобщения материалов для подготовки отчета по практике.

Объектами прохождения производственной практики могут быть предприятия и учреждения различных форм собственности и правового статуса, объединения, ассоциации, союзы и т.д. Базами учебной практики являются: Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства РД, АНО «Межрегиональный Маркетинговый Центр Дагестан-Москва», предприятия, учреждения и организации сферы торговли, сбыта и товарного обращения города Махачкалы.

Объект практики устанавливается кафедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

Производственная практика студентов должна проходить в одном из подразделений предприятия (организации, учреждения), выполняющего экономические, плановые, организационные или управленческие функции, или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики. При прохождении практики студенты выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте: заместителя управляющего отделом маркетинга, специалиста по продажам, маркетолога, менеджера торгового зала, склада и др.

## **6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

### ***а) общекультурные компетенции (ОК):***

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8).

### ***б) профессиональные компетенции (ПК):***

#### ***общепрофессиональными:***

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

#### ***торгово-технологическая деятельность:***

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и



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

***организационно-управленческая деятельность:***

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);
- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11);
- готовностью работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);
- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14)
- готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15);

***научно-исследовательская деятельность:***

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-17);

***проектная деятельность:***

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий (ПК-18);
- готовностью участвовать в реализации проектов в области маркетинговой деятельности (ПК-19).

## **7. Структура и содержание производственной практики**

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 недель, 9 зачетных единиц - 324 часа, из них в 6 семестре – 2 недели (3 зачетные единицы – 108 часов).

Студент в период прохождения производственной практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, ознакомиться с аналитической информацией, собрать и подготовить иллюстративный материал.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий.

Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу фирм, организаций и предприятий.

За время прохождения практики студенты должны собрать сведения о предприятии по следующим основным направлениям:

***I. Общая характеристика предприятия:***

- история развития предприятия;
- изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;
- организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала;
- информация об ассоциированных членах или финансируемых компаниях (если предприятие входит в состав какой-либо группы), о действующих соглашениях с другими фирмами;
- цели, задачи, миссия предприятия;
- степень механизации и автоматизации производства и процессов управления;
- производственная структура предприятия (технологический аспект);
- стратегия и тактика управления предприятием;
- уровень организационной культуры;
- вопросы организации делопроизводства: тип и объем документации (договоры, заказы, счета, накладные, заявления, расписки, чеки, претензии и др.);
- вопросы, касающиеся коммерческой информации о клиентах, продукции и торговых-технологических процессах, прибыли, объемах реализации, а также сохранности товаров и имущества, доступа к компьютерам и перспективным планам фирмы, соблюдения санитарных правил.

***II. Анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия за последние три года, ценообразование:***

- основные показатели технологического процесса,
- показатели по труду и заработной плате,
- эффективность использования основных фондов,
- эффективность использования оборотных средств,
- уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,
- факторы, определяющие решения по ценам;
- определение цен на новые изделия;
- ценовая политика, ценовые стратегии.

***III. Организационная структура службы маркетинга и управление маркетингом на предприятии:***

- организационная структура управления маркетинговой деятельностью;
- характер организационных отношений между структурными подразделениями;
- задачи службы маркетинга;
- система организации службы маркетинга;
- профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;
- процесс подбора кадров руководителей и специалистов;
- система материального и морального стимулирования;
- функции управленческого персонала службы маркетинга;
- требования, предъявляемые, к работникам службы маркетинга, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;

- система работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.);
- система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;
- эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия. Студент должен обосновать основные мероприятия по совершенствованию организационной структуры службы маркетинга предприятия.

#### ***IV. Информационно-аналитическая деятельность:***

- задачи и механизм действия системы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;
- анализ маркетинговой среды фирмы;
- структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
- массивы информации;
- коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);
- характеристика общей схемы информационных потоков в организации;
- информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
- средства передачи и преобразования информации;
- механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;
- сегментация рынка и выбор целевых сегментов;
- изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;
- изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

#### ***V. Товарно-производственная деятельность:***

- принципы планирования и формирования товарной политики;
- управление качеством товара;
- стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
- инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.
- ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
- анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;
- характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);
- характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;
- потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;
- санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;
- номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;
- структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;
- широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.

- стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;
- организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием; требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

**VI. Сбытовая деятельность предприятия:**

- разработки стратегий сбыта;
- выбора каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж;
- изучение рынка сырья и материалов;
- разработка плана закупок материальных ресурсов;
- организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика;
- условия поставки материальных ресурсов;
- формы расчетов при закупке материальных ресурсов.
- планирование сбыта продукции;
- организация оперативно-сбытовой работы;
- характеристика основных покупателей продукции предприятия;
- фирменная сеть предприятия.

**VII. Коммуникационная деятельность предприятия:**

- планирование продвижения товара на рынке;
- коммуникационная политика фирмы;
- стратегия и тактика фирмы в области рекламы и ее эффективность;
- инструменты стимулирования сбыта;
- создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- организация связей с общественностью.

В производственную практику включены *индивидуальные задания*.

Студент выполняет следующие задания по производственной практике:

- 9) изучает и анализирует основные этапы договорной работы;
- 10) изучает содержание работ по закупке товаров: выявляет и анализирует источники закупки товаров, определяет спрос покупателей, участвует в формировании и предоставлении заказов поставщикам или заключении с ними договоров, осуществлении контроля за поставками и ведением претензионной работы, стимулировании сбыта;
- 11) знакомится с управлением товарными запасами: информацией о состоянии товарных запасов, использовании её для правильного определения объема закупок;
- 12) принимает участие в организации доставки товаров от поставщика (или отгрузки товарополучателю) и знакомится с транспортно-экспедиционными операциями на этапах отправления и приемки товаров, при доставке их автомобильным и железнодорожным транспортом;
- 13) знакомится с организационной структурой склада и функциями его работников, комплексов операций, связанных с подготовкой к приемке и приемкой товаров, размещением их на хранение, организацией хранения и подготовкой к отпуску покупателям; изучает организационно-экономические принципы хранения;
- 14) выполняет в качестве дублера следующие операции: приемку товаров на складе (в магазине), проверку товаров по количеству и качеству, оформление приемно-сдаточных документов, регистрацию принятых товаров;
- 15) изучает принципы хранения товаров в магазине: планирование складской площади, размещение товаров, обеспечение их безопасности, организацию учета и отпуска товаров со склада, применение подъемно-транспортного оборудования;
- 16) изучает организацию работ по продажам товаров методами, существующими на предприятии и способствующим увеличению товарооборота и прибыли; изучает эко-

номические, технологические и социальные показатели, характеризующие продажи товаров, работу по их стимулированию; знакомится с оформлением документов и учетом товаров в процессе продажи.

В зависимости от организационной формы, вида и типа торгового предприятия руководители практики могут давать студенту (или группе студентов) конкретные задания из вышеперечисленных на период прохождения производственной практики.

### **Задание на производственную практику-2**

Объект исследования – предприятие

1. Техничко-экономические характеристики объекта и оценка его деятельности
  - 1.1. Организационный тип производства
  - 1.2. Специализация производства, особенности выпускаемой продукции
  - 1.3. Производственная структура объекта
  - 1.4. Структура управления объекта
  - 1.5. Состав и качество оборудования
  - 1.6. Состав и квалификация кадров
2. Основы технологии и проектирования предприятия»
  - 2.1. Составляющие системы товародвижения, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек обращения
  - 2.2. Технологический процесс торговли на предприятии
  - 2.3. Классификация товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления
  - 2.4. Типы торговых предприятий
  - 2.5. Нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения. Реализации товаров и предоставления сервисных услуг
  - 2.6. Назначения и функции и качеству складов
  - 2.7. Формирование торгового ассортимента и способы его оптимизации
  - 2.8. Назначение тары и упаковки
  - 2.9. Формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема
  - 2.10. Функции розничной торговли сети
3. Торгово-технологический процесс
  - 3.1. Обслуживание и расчет с покупателями
  - 3.2. Порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками
  - 3.3. Выявление неудовлетворительного спроса и анализ
  - 3.4. Подсчет стоимости покупки и вручение чека покупателю
  - 3.5. Консультирование покупателей о назначении и качестве товаров, об условиях и сроках хранения
  - 3.6. Технология возврата денег покупателю
  - 3.7. Снятие показаний контрольно-кассовых машин и оформление отчета после окончания работы на контрольно-кассовом аппарате
  - 3.8. Роль складских помещений в торгово-технологическом процессе и их виды
  - 3.9. Технологические требования к устройству складских зданий
  - 3.10. Организация и технологи операций по поступлению и приемке товаров на складах
  - 3.11. Процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли продажи
  - 3.12. Методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки
  - 3.13. Порядок заключения и расторжения договора поставки, содержание договора поставок
  - 3.13. Коммерческая работа по оптовым закупкам

3.15 Методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности предприятия

3.16. Виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности

4. Итоги работ и недостатки системы хозяйственной деятельности

5. Предлагаема форма усовершенствования деятельности объекта исследования.

**Таблица 1**

**Структура и содержание производственной практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	<b>Подготовительный этап:</b> Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	2	2	8	Запись в дневнике практики
2	<b>Производственный этап:</b> Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
3	<b>Аналитический этап:</b> Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике,	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<b>Отчетный этап:</b> Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>78</b>	

**Примечание:** к видам учебной работы на производственной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала.

ла, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

### **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике**

В процессе прохождения практики должны применяться следующие научно-исследовательские и научно-производственные технологии: наблюдение, беседа, сбор, первичная обработка, систематизация и анализ материалов, описание полученного на практике опыта в отчете по практике.

Во время прохождения производственной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20 процентов аудиторных занятий, что соответствует 6 часам.

### **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по учебной практике основано на:

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело, степень - бакалавр
2. Учебно-методический комплекс по практикам для специальности: 080301 Коммерция (торговое дело) [Текст] / Российский государственный торгово-экономический университет (РГТЭУ) [сост. Половцева Ф. П.] – М.: РГТЭУ, 2008.
3. Халимбеков Х.З., Атуева Э.С. Методические рекомендации по разработке программ всех видов практик бакалавриата и магистратуры. – М.: ДГТУ, 2011. – 32 с.
4. Методические указания к составлению отчета о прохождении производственной практики.

Студенты при прохождении практики обязаны:

- качественно и полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять установленные в организации правила внутреннего распорядка или распорядка, установленного руководителем практики;
- представлять руководителю практики отчет о выполнении заданий;
- собирать и обобщать необходимый материал для отчета по практике.

По завершении производственной практики студенты представляют на кафедру маркетинга и бизнеса заполненный по всем разделам дневник практики и отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных программой практики задач.

Дневник и отчет по практике являются основными документами, характеризующим и подтверждающим прохождение студентом производственной практики, в которых отражается его текущая работа в процессе практики и собранный аналитический материал.

Все разделы дневника должны быть заполнены, включая:

- календарный план прохождения студентом практики с отметками о полноте и уровне его выполнения;
- выданное студенту индивидуальное задание на производственную практику;
- ежедневные записи о содержании выполненной студентом практической работы на предприятии;
- выводы и предложения студента по практике;
- краткая характеристика и оценка работы студента в период практики руководителем практики от предприятия и кафедры.

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен отражать его деятельность в период практики.

В составе отчета о производственной практике студент представляет на кафедру систематизированные материалы по решению конкретных задач, по совершенствованию деятельности подразделений предприятия, структуры аппарата управления предприятием, системы организации и оплаты труда, форм и методов организации производства, структуры материальных и информационных потоков на предприятии.

### **9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:**

23. Объясните, как организован контроль качества товаров и услуг на конкретном предприятии и его влияние на увеличение объема продаж?
24. Какое подразделение организует и кто осуществляет приемку товаров по количеству и качеству, ее учет?
25. Охарактеризуйте элементы системы управления товародвижением, его учет и методы оптимизации, мероприятия по сокращению потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов.
26. В каких видах работ по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии Вы принимали участие на практике?
27. Каков порядок проведения инвентаризации, определения и списания потерь на предприятии?
28. Какие технологии и технические средства применяют для сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью?
29. Какими методами изучают и прогнозируют спрос потребителей на определенных сегментах рынка;
30. Какие документы для ведения коммерческой деятельности составляют в организации, и какие методы проверки правильности ее оформления используют на практике?
31. Какими федеральными законами и нормативными документами, а также требованиями, установленными техническими регламентами, стандартами, положениями договоров пользуется персонал маркетинговых служб?
32. Какие критерии применяют руководители маркетинговых служб при выборе деловых партнеров, кто проводит деловые переговоры, заключает договора на взаимовыгодной основе и осуществляет контроль за выполнением договоров?



33. Рассмотрите методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг в организации.
34. Как осуществляется выбор и реализация стратегии ценообразования?
35. Охарактеризуйте систему организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров?
36. Какие пути повышения качества торгового обслуживания потребителей Вы предлагаете для конкретной организации?
37. Каковы процедура управления товарными запасами и методы их оптимизация?
38. Каковы методы управления персоналом подразделений маркетинговой службы в данной организации?
39. Какова схема анализа и показателей оценки маркетинговой деятельности принята к конкретной организации?
40. Каковы организационная структура маркетинговой службы конкретной организации и функции ее персонала?
41. Научно-исследовательская деятельность (по заказу организации):
42. Опишите содержание работ по организации, проведению исследований маркетинговой деятельности и оценке их эффективности.
43. Дайте характеристику результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой.
44. В разработке каких инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности Вы принимали участие?

## **9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.**

### **1 этап**

1. Ознакомление с программой производственной практики
2. Правила техники безопасности.

### **2 этап**

7. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта
8. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
9. Сбор материала по теме исследования

### **3 этап**

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

### **4 этап**

5. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений
6. Подготовка и оформление отчета по практике

### **5 этап**

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

## **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики.

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой, результаты

анализа, выводы и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Отчет по производственной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки.

К отчету прилагается дневник прохождения производственной практики на предприятии, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная студентом в процессе изучения маркетинговой деятельности на предприятии. В дневнике должна быть дана характеристика на студента, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью.

Отчет, допущенный к защите, защищается студентом перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры. По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

Студент, не выполнивший программу производственной практики, получивший отрицательную характеристику о своей работе на предприятии или неудовлетворительную оценку при защите отчета, не допускается к итоговой государственной аттестации.

По результатам производственной практики необходимо проводить студенческие конференции для обобщения опыта маркетинговой деятельности в предприятиях, различающихся хозяйственной деятельностью и характером совершаемых коммерческих операций.

#### 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
<b>а) Основная</b>						
1.	СРС	Закон РФ «Об образовании».	Правительство РФ	10.07.1992 г. N 3266-1 (ред. от 28.09.2010)	5	1
2.	СРС	История мировой экономики	Поляк Г.Б., Маркова А.Н.	М.: Юнити-ДАНА, 2005	20	1
3.	СРС	Методические рекомендации по разработке и реализации на основе деятельностно-компетентного подхода образовательных программ ВПО, ориентированных на ФГОС третьего поколения. Серия «Инновационный Университет».	Афанасьева Т.П., Караваева Е.В., Канункоева А.Ш., Лазарев В.С., Немова Т.В.	М.: Изд-во МГУ, 2007.	10	1
4.	ТО	Глобализация мировой экономики и регионы России : уч. пособие	Нагдиев С.А.	М.: Экономика, 2005	26	1

5.	ТО	Привлечение, удержание и развитие персонала компании. Учеб. пособие	Макарова И.К., Алехина О.Е., Крайнова Л.М	М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010	15	2
6.	ТО	Коммерческая деятельность. Учебное пособие	Олейник А. Н	М.: Инфра-М, 2005.	10	1
7.	ТО	Теоретические основы товароведения./Учеб. для вузов/	Николаева М.А.	М.: Норма, 2009.	15	1
8.	ТО	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005	5	1
9.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Котлер Ф., Келлер К.Л.	СПб.: Питер, 2009. – 816 с.	5	1
10.	СРС	Маркетинг: Учеб. - 3-е изд., перераб. и доп.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009. – 384 с.	5	1
11.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
<b>б) Дополнительная</b>						
12.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	50	1
13.	СРС	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории.	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005.	5	1
14.	СРС	Новая институциональная экономическая теория / 4-е перераб. и доп. изд.	Шаститко А.Е.	М.: ТЕИС, 2010	15	1
15.	СРС	Теоретический анализ экономических систем.	Кривяков С.В	Томск, Изд-во Том. ун-та, 2007.	10	1
16.	СРС	Маркетинг: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2009 216	5	1
17.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие - 2-е изд., перераб. и доп.	Басовский Л.Е., Басовская Е.Н.	М.: ИНФРА-М, 2009. – 421 с.	5	1

18.	СРС	Маркетинг: теория, методика, практика: Учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. –	Бронникова Т.С.	М.: КноРус, 2008. – 208 с.	5	1
19.	СРС	Маркетинговое управление. Принципы управленческих решений и российская практика - 3-е изд., перераб. и доп. –	Гайдаенко Т.А.	М.: Эксмо, 2008. – 512 с.	5	1
20.	СРС	Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник - 4-е изд., перераб. и доп. –	Голубков Е.П.	М.: Финпресс, 2008. – 496 с.	5	1
21.	СРС	Розничная торговля: стратегический подход.	Берман Б., Эванс Дж. Р.	М.: Вильямс. 2008.	10	1
22.	СРС	Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом.	Бузукова Е.А.	СПб: Питер, 2009.	10	1
23.	СРС	Современный склад. Организация, технология, управление и логистика: учебно-практическое пособие.	Гаджинский А.М.	М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2007.	10	3
24.	СРС	Управление продажами.	Голова А.Г.	М.: ИТК «Дашков и К», 2010.	10	1
<b>в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:</b>						
25.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
26.	СРС	<a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле				
27.	СРС	<a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты				
28.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
29.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
30.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru/">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				
31.	СРС	<a href="http://www.nta-rus.com">www.nta-rus.com</a> - Национальная Торговая Ассоциация				
32.	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> - Информационно-				

		аналитический портал				
33.	СРС	<a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a> - Энциклопедия маркетинга				
34.	СРС	<a href="http://www.ime-link.ru">www.ime-link.ru</a> - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
35.	СРС	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a> - маркетинг				
36.	СРС	<a href="http://www.marketolog.ru">www.marketolog.ru</a> - маркетолог				
<b>г) Периодические издания:</b>						
37.		Журнал «Практический маркетинг»				
38.		Бизнес-образование				
39.		Маркетинг				
40.		Проблемы теории и практики управления				
41.		Российский журнал менеджмента				
42.		Маркетинг и маркетин- говые исследования				

Формирование и обновление фонда библиотеки осуществляется в соответствии с приказом Минобразования России № 1246 от 27.04.2000 г. «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения» и приказом Минобразования России . № 1623 от 11.04.2001 г «Об Утверждении минимальных нормативов обеспеченности высших учебных заведений учебной базой в части, касающейся библиотечно-информационных ресурсов».

Общий фонд включает учебники и учебные пособия, научную литературу, в которую входят: диссертации, монографии, авторефераты, вся справочная литература, энциклопедии - универсальные и отраслевые, электронные учебники.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания. Фонд периодики представлен отраслевыми изданиями, соответствующими профилю вуза. Фонд периодических изданий комплектуется массовыми центральными и местными общественно-политическими изданиями.

## 12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Материально-техническое обеспечение, необходимое для проведения производственной практики, включает в себя: компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет; аудитории, оборудованные проекционной техникой, соответствующие требованиям безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ, программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access).

В специализированной аудитории при подготовке бакалавров по профилю «Коммерция» используют: аудио-, видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран; специальную мебель.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрОП ВПО по направлению и профилю подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»**

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
факультета государственного и  
муниципального управления,  
профессор

Х.З. Халимбеков

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ  
профессор

К.А. Гасанов

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ - 3**

**Б5.Б2 - Производственная (преддипломная) практика**

для направления 100700.62 – Торговое дело

по профилю Коммерция

факультет государственного и муниципального управления

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

факультет государственного и муниципального управления

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная курс 8 семестр 8

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зав. кафедрой М.Г. Шабанов

Нач. учебного отдела Р.А. Атаханов

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – Торговое дело профилю «Коммерция».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 14.09.2011 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62. – Торговое дело профилю «Коммерция» \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов**

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией**  
**направления 100700.62**  
**«Торговое дело»**  
**профиль «Коммерция»**  
шифр и полное наименование

**АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:**

**Э.С. Атуева., к.э.н., доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
ПОДПИСЬ

Председатель МК

\_\_\_\_\_  
**З.Р. Мурадова**

Подпись, ФИО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2011г.

## **1. Цели производственной практики**

Цель производственной (преддипломной) практики – закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в ДГТУ, сформировать умения применять их в профессиональной деятельности, а также необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

Важная цель производственной практики это возможность последующего трудоустройства выпускников.

## **2. Задачи производственной практики**

В задачи практики входят:

- изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;
- участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам, при этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;
- разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;
- получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

## **3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»**

Производственная (преддипломная) практика входит в раздел «Б.5. Учебная и производственные практики» ФГОС-3 по направлению подготовки ВПО «Торговое дело».

Производственная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом.

Практика проводится в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция».

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 100700.62 - Торговое дело. Продолжительность производственной практики 6 недель (4, 6 и 8 семестры - 9 ЗЕТ/ 324 часа), из них в 8 семестре 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов.

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и производственная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.



Производственная (преддипломная) практика бакалавра базируется на основании следующих циклов (разделы) ООП, предметов, курсов, дисциплин:

**Математический и естественнонаучный цикл дисциплины:** *«Математические методы моделирования торговой деятельности».*

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- основные математические модели принятия решений в сфере торговли;

**уметь:**

- решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач в торговых предприятиях;

**владеть:**

- математическими, статистическими и количественными методами решения и моделирования организационно-управленческих задач.

**Профессиональный цикл дисциплины:** *«Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы коммерческих расчетов», «Инновационный менеджмент», «Маркетинг в сфере торговли», «Товароведение однородных групп товаров», «Управление конкурентоспособностью», «Биржевая торговля», «Организация и оплата труда в торговом предприятии», «Управление брендом», «Экономика и инфраструктура отраслевого рынка», «Делопроизводство торговой организации», «Организация деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли».*

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

**знать:**

- основы построения маркетинговой деятельности предприятий в торговле;
- принципы развития и закономерности функционирования организации в сфере торговли;
- основы товароведения товаров;
- управление торгово-технологическими процессами на предприятии;
- направления развития создания системы управления персоналом в торговом предприятии;
- аспекты материально-технического и кадрового обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия;
- оценку номенклатуры и качества товаров и услуг;
- расчет показателей, отражающих результаты деятельности предприятий на рынке;
- нормативные документы в своей профессиональной деятельности;
- систему документационного обеспечения в деятельности предприятий торговли;
- особенности развития и инфраструктуру отраслевого рынка;
- организацию и технологию коммерческой деятельности;
- основные функции коммерческих подразделений торговых предприятий;
- организацию деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли.

**уметь:**

- осуществлять эффективное построение маркетинговой деятельности предприятий в торговле; ассортимента номенклатуры и качества товаров и услуг;
- управлять торгово-технологическими процессами на предприятии сферы торговли;
- эффективно организовать систему управления персоналом в торговом предприятии;
- аспекты материально-технического и кадрового обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия;

- рассчитывать показатели, отражающие результаты деятельности предприятий на рынке;
- формировать систему документационного обеспечения в деятельности предприятий торговли;
- проводить анализ инфраструктуры отраслевого рынка;
- организовывать коммерческую деятельность предприятий оптовой и розничной торговли.

***владеть:***

- маркетинговыми инструментами эффективного построения маркетинговой деятельности предприятий в торговле;
- навыками организации торгово-технологических процессов на предприятиях сферы торговли;
- эффективно организовать систему управления персоналом в торговом предприятии;
- способами организации материально-технического и кадрового обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия;
- способами расчета показателей, отражающих результаты деятельности предприятий на рынке;
- навыками построения системы документационного обеспечения управления деятельностью предприятий торговли;
- методиками проведения анализа инфраструктуры отраслевого рынка;
- навыками организации коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли.

#### **4. Формы проведения производственной практики**

Формой проведения производственной практики является активная практика на предприятиях и организациях, в ходе которой студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

Производственной практикой студента руководят руководители от ДГТУ и руководители практикой от организации, назначенные приказом руководителя от организации.

Руководитель практики от ДГТУ перед ее началом консультирует студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов, один раз в неделю посещает базы практики и оказывает студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики, ведет учет выхода студентов на практику, знакомит руководителей практики от организации с программой производственной практики и методикой ее проведения, требованиями к студентам-практикантам и критериями оценки их работы во время практики, изучает вопрос о наличии вакансий с целью дальнейшего трудоустройства выпускников Университета.

Руководитель практики от предприятия организует прохождение практики студентом: знакомит с организацией маркетинговой деятельности; с охраной труда; помогает выполнить все задания и консультирует по вопросам практики; проверяет ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики; осуществляет постоянный контроль за практикой студентов; кроме того, составляет характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

По согласованию с руководителями практики студент (или группа студентов) может получить индивидуальное задание на период производственной практики, увязанное с

решением конкретных задач, стоящих перед организацией или связанных с научно-исследовательской работой кафедры.

### **5. Место и время проведения производственной практики**

Производственная практика проводится согласно графику учебного процесса в 8-м семестре на 4 курсе. Продолжительность практики – 2 недели.

Производственная практика является важным этапом обучения в бакалавриате и проводится для сбора, систематизации, обобщения материалов для подготовки отчета по практике.

Объектами прохождения производственной практики могут быть предприятия и учреждения различных форм собственности и правового статуса, объединения, ассоциации, союзы и т.д. Базами учебной практики являются: Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства РД, АНО «Межрегиональный Маркетинговый Центр Дагестан-Москва», предприятия, учреждения и организации сферы торговли, сбыта и товарного обращения города Махачкалы.

Объект практики устанавливается кафедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

Производственная практика студентов должна проходить в одном из подразделений предприятия (организации, учреждения), выполняющего экономические, плановые, организационные или управленческие функции, или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики. При прохождении практики студенты выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте: заместителя управляющего отделом маркетинга, специалиста по продажам, маркетолога, менеджера торгового зала, склада и др.

### **6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

#### ***а) общекультурные компетенции (ОК):***

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, способностью намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков (ОК-6);
- способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-7);
- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8).

**б) профессиональные компетенции (ПК):*****общепрофессиональными:***

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

***торгово-технологическая деятельность:***

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-5);

- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);

- способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-7);

***организационно-управленческая деятельность:***

- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);

- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);

- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью (ПК-11)

- готовностью работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);

- способностью обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);

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

***научно-исследовательская деятельность:***

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

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

***проектная деятельность:***

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий (ПК-18);

- готовностью участвовать в реализации проектов в области маркетинговой деятельности (ПК-19).

**7. Структура и содержание производственной практики**

Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет 6 недель, 9 зачетных единиц - 324 часа, из них в 8 семестре – 2 недели (3 зачетные единицы – 108 часов).

Студент в период прохождения производственной практики должен собрать стати-

стический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, ознакомиться с аналитической информацией, собрать и подготовить иллюстративный материал.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий.

Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу фирм, организаций и предприятий.

За время прохождения практики студенты должны собрать сведения о предприятии по следующим основным направлениям:

***I. Общая характеристика предприятия:***

- история развития предприятия;
- изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;
- организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала;
- информация об ассоциированных членах или финансируемых компаниях (если предприятие входит в состав какой-либо группы), о действующих соглашениях с другими фирмами;
- цели, задачи, миссия предприятия;
- степень механизации и автоматизации производства и процессов управления;
- производственная структура предприятия (технологический аспект);
- стратегия и тактика управления предприятием;
- уровень организационной культуры;
- вопросы организации делопроизводства: тип и объем документации (договоры, заказы, счета, накладные, заявления, расписки, чеки, претензии и др.);
- вопросы, касающиеся коммерческой информации о клиентах, продукции и торгово-технологических процессах, прибыли, объемах реализации, а также сохранности товаров и имущества, доступа к компьютерам и перспективным планам фирмы, соблюдения санитарных правил.

***II. Анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия за последние три года, ценообразование:***

- основные показатели технологического процесса,
- показатели по труду и заработной плате,
- эффективность использования основных фондов,
- эффективность использования оборотных средств,
- уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,
- факторы, определяющие решения по ценам;
- определение цен на новые изделия;
- ценовая политика, ценовые стратегии.

***III. Организационная структура службы маркетинга и управление маркетингом на предприятии:***

- организационная структура управления маркетинговой деятельностью;
- характер организационных отношений между структурными подразделениями;
- задачи службы маркетинга;
- система организации службы маркетинга;
- профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;
- процесс подбора кадров руководителей и специалистов;
- система материального и морального стимулирования;

- функции управленческого персонала службы маркетинга;
- требования, предъявляемые, к работникам службы маркетинга, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;
- система работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.);
- система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;
- эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия. Студент должен обосновать основные мероприятия по совершенствованию организационной структуры службы маркетинга предприятия.

#### ***IV. Информационно-аналитическая деятельность:***

- задачи и механизм действия системы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;
- анализ маркетинговой среды фирмы;
- структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
- массивы информации;
- коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);
- характеристика общей схемы информационных потоков в организации;
- информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
- средства передачи и преобразования информации;
- механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;
- сегментация рынка и выбор целевых сегментов;
- изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;
- изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

#### ***V. Товарно-производственная деятельность:***

- принципы планирования и формирования товарной политики;
- управление качеством товара;
- стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
- инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.
- ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
- анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;
- характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);
- характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;
- потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;
- санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;
- номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;

- структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;
- широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.
- стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;
- организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием; требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

**VI. Сбытовая деятельность предприятия:**

- разработки стратегий сбыта;
- выбора каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж;
- изучение рынка сырья и материалов;
- разработка плана закупок материальных ресурсов;
- организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика;
- условия поставки материальных ресурсов;
- формы расчетов при закупке материальных ресурсов.
- планирование сбыта продукции;
- организация оперативно-сбытовой работы;
- характеристика основных покупателей продукции предприятия;
- фирменная сеть предприятия.

**VII. Коммуникационная деятельность предприятия:**

- планирование продвижения товара на рынке;
- коммуникационная политика фирмы;
- стратегия и тактика фирмы в области рекламы и ее эффективность;
- инструменты стимулирования сбыта;
- создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- организация связей с общественностью.

В производственную практику включены *индивидуальные задания*.

Студент выполняет следующие задания по производственной практике:

- 17) изучает и анализирует основные этапы договорной работы;
- 18) изучает содержание работ по закупке товаров: выявляет и анализирует источники закупки товаров, определяет спрос покупателей, участвует в формировании и предоставлении заказов поставщикам или заключении с ними договоров, осуществлении контроля за поставками и ведением претензионной работы, стимулировании сбыта;
- 19) знакомится с управлением товарными запасами: информацией о состоянии товарных запасов, использовании её для правильного определения объема закупок;
- 20) принимает участие в организации доставки товаров от поставщика (или отгрузки товарополучателю) и знакомится с транспортно-экспедиционными операциями на этапах отправления и приемки товаров, при доставке их автомобильным и железнодорожным транспортом;
- 21) знакомится с организационной структурой склада и функциями его работников, комплексов операций, связанных с подготовкой к приемке и приемкой товаров, размещением их на хранение, организацией хранения и подготовкой к отпуску покупателям; изучает организационно-экономические принципы хранения;
- 22) выполняет в качестве дублера следующие операции: приемку товаров на складе (в магазине), проверку товаров по количеству и качеству, оформление приемно-сдаточных документов, регистрацию принятых товаров;

- 23) изучает принципы хранения товаров в магазине: планирование складской площади, размещение товаров, обеспечение их безопасности, организацию учета и отпуска товаров со склада, применение подъемно-транспортного оборудования;
- 24) изучает организацию работ по продажам товаров методами, существующими на предприятии и способствующим увеличению товарооборота и прибыли; изучает экономические, технологические и социальные показатели, характеризующие продажи товаров, работу по их стимулированию; знакомится с оформлением документов и учетом товаров в процессе продажи.

В зависимости от организационной формы, вида и типа торгового предприятия руководители практики могут давать студенту (или группе студентов) конкретные задания из вышеперечисленных на период прохождения производственной практики.

### **Задание на производственную (преддипломную) практику**

Объект исследования – предприятие

1. Техничко-экономические характеристики объекта и оценка его деятельности
  - 1.1. Организационный тип производства
  - 1.2. Специализация производства, особенности выпускаемой продукции
  - 1.3. Производственная структура объекта
  - 1.4. Структура управления объекта
  - 1.5. Состав и качество оборудования
  - 1.6. Состав и квалификация кадров
2. Основы технологии и проектирования предприятия»
  - 2.1. Составляющие системы товародвижения, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек обращения
  - 2.2. Технологический процесс торговли на предприятии
  - 2.3. Классификация товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления
  - 2.4. Типы торговых предприятий
  - 2.5. Нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения. Реализации товаров и предоставления сервисных услуг
  - 2.6. Назначения и функции и качеству складов
  - 2.7. Формирование торгового ассортимента и способы его оптимизации
  - 2.8. Назначение тары и упаковки
  - 2.9. Формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема
  - 2.10. Функции розничной торговли сети
3. Торгово-технологический процесс
  - 3.1. Обслуживание и расчет с покупателями
  - 3.2. Порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками
  - 3.3. Выявление неудовлетворительного спроса и анализ
  - 3.4. Подсчет стоимости покупки и вручение чека покупателю
  - 3.5. Консультирование покупателей о назначении и качестве товаров, об условиях и сроках хранения
  - 3.6. Технология возврата денег покупателю
  - 3.7. Снятие показаний контрольно-кассовых машин и оформление отчет-



та после окончания работы на контрольно-кассовом аппарате

3.8. Роль складских помещений в торгово-технологическом процессе и их виды

3.9. Технологические требования к устройству складских зданий

3.10. Организация и технологи операций по поступлению и приемке товаров на складах

3.11. Процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы

выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли продажи

3.12. Методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки

3.13. Порядок заключения и расторжения договора поставки, содержание договора поставок

3.13. Коммерческая работа по оптовым закупкам

3.15 Методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности предприятия

3.16. Виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки

и использования для развития коммерческой деятельности

4. Итоги работ и недостатки системы хозяйственной деятельности

5. Предлагаема форма усовершенствования деятельности объекта исследования.

Таблица 1

## Структура и содержание производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	<b>Подготовительный этап:</b> Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	2	2	8	Запись в дневнике практики
2	<b>Производственный этап:</b> Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
3	<b>Аналитический этап:</b> Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике,	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<b>Отчетный этап:</b> Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>78</b>	

**Примечание:** к видам учебной работы на производственной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

## **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике**

В процессе прохождения практики должны применяться следующие научно-исследовательские и научно-производственные технологии: наблюдение, беседа, сбор, первичная обработка, систематизация и анализ материалов, описание полученного на практике опыта в отчете по практике.

Во время прохождения производственной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20 процентов аудиторных занятий, что соответствует 6 часам.

## **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по учебной практике основано на:

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 – Торговое дело, степень - бакалавр
2. Учебно-методический комплекс по практикам для специальности: 080301 Коммерция (торговое дело) [Текст] / Российский государственный торгово-экономический университет (РГТЭУ) [сост. Половцева Ф. П.] – М.: РГТЭУ, 2008.
3. Халимбеков Х.З., Атуева Э.С. Методические рекомендации по разработке программ всех видов практик бакалавриата и магистратуры. – М.: ДГТУ, 2011. – 32 с.
4. Методические указания к составлению отчета о прохождении производственной практики.

Студенты при прохождении практики обязаны:

- качественно и полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять установленные в организации правила внутреннего распорядка или распорядка, установленного руководителем практики;
- представлять руководителю практики отчет о выполнении заданий;
- собирать и обобщать необходимый материал для отчета по практике.

По завершении производственной практики студенты представляют на кафедру маркетинга и бизнеса заполненный по всем разделам дневник практики и отчет по практи-

ке, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных программой практики задач.

Дневник и отчет по практике являются основными документами, характеризующим и подтверждающим прохождение студентом производственной практики, в которых отражается его текущая работа в процессе практики и собранный аналитический материал.

Все разделы дневника должны быть заполнены, включая:

- календарный план прохождения студентом практики с отметками о полноте и уровне его выполнения;
- выданное студенту индивидуальное задание на производственную практику;
- ежедневные записи о содержании выполненной студентом практической работы на предприятии;
- выводы и предложения студента по практике;
- краткая характеристика и оценка работы студента в период практики руководителем практики от предприятия и кафедры.

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен отражать его деятельность в период практики.

В составе отчета о производственной практике студент представляет на кафедру систематизированные материалы по решению конкретных задач, по совершенствованию деятельности подразделений предприятия, структуры аппарата управления предприятием, системы организации и оплаты труда, форм и методов организации производства, структуры материальных и информационных потоков на предприятии.

### **9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:**

45. Объясните, как организован контроль качества товаров и услуг на конкретном предприятии и его влияние на увеличение объема продаж?
46. Какое подразделение организует и кто осуществляет приемку товаров по количеству и качеству, ее учет?
47. Охарактеризуйте элементы системы управления товародвижением, его учет и методы оптимизации, мероприятия по сокращению потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов.
48. В каких видах работ по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии Вы принимали участие на практике?
49. Каков порядок проведения инвентаризации, определения и списания потерь на предприятии?
50. Какие технологии и технические средства применяют для сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью?
51. Какими методами изучают и прогнозируют спрос потребителей на определенных сегментах рынка;
52. Какие документы для ведения коммерческой деятельности составляют в организации, и какие методы проверки правильности ее оформления используют на практике?
53. Какими федеральными законами и нормативными документами, а также требованиями, установленными техническими регламентами, стандартами, положениями договоров пользуется персонал маркетинговых служб?
54. Какие критерии применяют руководители маркетинговых служб при выборе деловых партнеров, кто проводит деловые переговоры, заключает договора на взаимовыгодной основе и осуществляет контроль за выполнением договоров?
55. Рассмотрите методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг в организации.
56. Как осуществляется выбор и реализация стратегии ценообразования?

57. Охарактеризуйте систему организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров?
58. Какие пути повышения качества торгового обслуживания потребителей Вы предлагаете для конкретной организации?
59. Каковы процедура управления товарными запасами и методы их оптимизация?
60. Каковы методы управления персоналом подразделений маркетинговой службы в данной организации?
61. Какова схема анализа и показателей оценки маркетинговой деятельности принята к конкретной организации?
62. Каковы организационная структура маркетинговой службы конкретной организации и функции ее персонала?
63. Научно-исследовательская деятельность (по заказу организации):
64. Опишите содержание работ по организации, проведению исследований маркетинговой деятельности и оценке их эффективности.
65. Дайте характеристику результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой.
66. В разработке каких инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности Вы принимали участие?

## **9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.**

### **1 этап**

1. Ознакомление с программой производственной практики
2. Правила техники безопасности.

### **2 этап**

10. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта
11. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
12. Сбор материала по теме исследования

### **3 этап**

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

### **4 этап**

7. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений
8. Подготовка и оформление отчета по практике

### **5 этап**

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

## **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики.

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой, результаты анализа, выводы и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Отчет по производственной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки.

К отчету прилагается дневник прохождения производственной практики на предприятии, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная студентом в процессе изучения маркетинговой деятельности на предприятии. В дневнике должна быть дана характеристика на студента, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью.

Отчет, допущенный к защите, защищается студентом перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры. По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

Студент, не выполнивший программу производственной практики, получивший отрицательную характеристику о своей работе на предприятии или неудовлетворительную оценку при защите отчета, не допускается к итоговой государственной аттестации.

По результатам производственной практики необходимо проводить студенческие конференции для обобщения опыта маркетинговой деятельности в предприятиях, различающихся хозяйственной деятельностью и характером совершаемых коммерческих операций.

#### 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
<b>а) Основная</b>						
1.	СРС	Закон РФ «Об образовании».	Правительство РФ	10.07.1992 г. N 3266-1 (ред. от 28.09.2010)	5	1
2.	СРС	История мировой экономики	Поляк Г.Б., Маркова А.Н.	М.: Юнити-ДАНА, 2005	20	1
3.	СРС	Методические рекомендации по разработке и реализации на основе деятельностно-компетентного подхода образовательных программ ВПО, ориентированных на ФГОС третьего поколения. Серия «Инновационный Университет».	Афанасьева Т.П., Караваева Е.В., Канункоева А.Ш., Лазарев В.С., Немова Т.В.	М.: Изд-во МГУ, 2007.	10	1
4.	ТО	Глобализация мировой экономики и регионы России : уч. пособие –	Нагдиев С.А.	М.: Экономика, 2005	26	1

1	2	3	4	5	6	7
5.	ТО	Привлечение, удержание и развитие персонала компании. Учеб. пособие	Макарова И.К., Алехина О.Е., Крайнова Л.М	М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010	15	2
6.	ТО	Коммерческая деятельность. Учебное пособие	Олейник А. Н	М.: Инфра-М, 2005.	10	1
7.	ТО	Теоретические основы товароведения./Учеб. для вузов/	Николаева М.А.	М.: Норма, 2009.	15	1
8.	ТО	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005	5	1
9.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Котлер Ф., Келлер К.Л.	СПб.: Питер, 2009. – 816 с.	5	1
10.	СРС	Маркетинг: Учеб. - 3-е изд., перераб. и доп.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009. – 384 с.	5	1
11.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
<b>б) Дополнительная</b>						
12.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	50	1
13.	СРС	Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории.	Фуруботн Э. Г., Рихтер Р.	СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005.	5	1
14.	СРС	Новая институциональная экономическая теория / 4-е перераб. и доп. изд.	Шаститко А.Е.	М.: ТЕИС, 2010	15	1

15.	СРС	Теоретический анализ экономических систем.	Кривяков С.В	Томск, Изд-во Том. ун-та, 2007.	10	1
16.	СРС	Маркетинг: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2009 216	5	1
17.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие - 2-е изд., перераб. и доп.	Басовский Л.Е., Басовская Е.Н.	М.: ИНФРА-М, 2009. – 421 с.	5	1
18.	СРС	Маркетинг: теория, методика, практика: Учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. –	Бронникова Т.С.	М.: КноРус, 2008. – 208 с.	5	1
19.	СРС	Маркетинговое управление. Принципы управленческих решений и российская практика - 3-е изд., перераб. и доп. –	Гайдаенко Т.А.	М.: Эксмо, 2008. – 512 с.	5	1
20.	СРС	Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник - 4-е изд., перераб. и доп. –	Голубков Е.П.	М.: Финпресс, 2008. – 496 с.	5	1
21.	СРС	Розничная торговля: стратегический подход.	Берман Б., Эванс Дж. Р.	М.: Вильямс. 2008.	10	1
22.	СРС	Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом.	Бузукова Е.А.	СПб: Питер, 2009.	10	1
23.	СРС	Современный склад. Организация, технология, управление и логистика: учебно-практическое пособие.	Гаджинский А.М.	М.: ТК Велби, Издательство «Прспект», 2007.	10	3
24.	СРС	Управление продажами.	Голова А.Г.	М.: ИТК «Дашков и К», 2010.	10	1
<b>в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:</b>						
25.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
26.	СРС	<a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле				
27.	СРС	<a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты				
28.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
29.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статисти-				



		стики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
30.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru/">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				
31.	СРС	<a href="http://www.nta-rus.com">www.nta-rus.com</a> - Национальная Торговая Ассоциация				
32.	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> - Информационно-аналитический портал				
33.	СРС	<a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a> - Энциклопедия маркетинга				
34.	СРС	<a href="http://www.ime-link.ru">www.ime-link.ru</a> - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
35.	СРС	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a> - маркетинг				
36.	СРС	<a href="http://www.marketolog.ru">www.marketolog.ru</a> - маркетолог				
<b>г) Периодические издания:</b>						
37.		Журнал «Практический маркетинг»				
38.		Бизнес-образование				
39.		Маркетинг				
40.		Проблемы теории и практики управления				
41.		Российский журнал менеджмента				
42.		Маркетинг и маркетинговые исследования				

Формирование и обновление фонда библиотеки осуществляется в соответствии с приказом Минобразования России № 1246 от 27.04.2000 г. «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения» и приказом Минобразования России . № 1623 от 11.04.2001 г «Об Утверждении минимальных нормативов обеспеченности высших учебных заведений учебной базой в части, касающейся библиотечно-информационных ресурсов».

Общий фонд включает учебники и учебные пособия, научную литературу, в которую входят: диссертации, монографии, авторефераты, вся справочная литература, энциклопедии - универсальные и отраслевые, электронные учебники.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания. Фонд периодики представлен отраслевыми изданиями, соответствующими профилю вуза. Фонд периодических изданий комплектуется массовыми центральными и местными общественно-политическими изданиями.

## **12. Материально-техническое обеспечение производственной практики**

Материально-техническое обеспечение, необходимое для проведения производственной практики, включает в себя: компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет; аудитории, оборудованные проекционной техникой, соответствующие требованиям безопасности при проведении учебных и научно-

производственных работ, программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access).

В специализированной аудитории при подготовке бакалавров по профилю «Коммерция» используют: аудио-, видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран; специальную мебель.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрОП ВПО по направлению и профилю подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»

Рецензент от выпускающей кафедры  
по направлению 100700.62 - Торговое дело \_\_\_\_\_ З.К. Булатова

**Матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств**







Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
факультета государственного и му-  
ниципального управления,  
профессор

Х.З.Халимбеков

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ,  
профессор

К.А. Гасанов

Подпись                      ФИО

\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА  
ПО ОТДЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б3.Б5. Коммерческая деятельность**

для направления 100700.62 – Торговое дело

по профилю «Коммерция»

шифр и полное наименование направлений (специальности)

факультет государственного и муниципального управления

наименование факультета, где ведется подготовка бакалавра (специалиста)

кафедра маркетинга и бизнеса

наименование кафедры, за которой закреплена практика

Квалификация выпускника (степень) – Бакалавр

бакалавр, специалист

Форма обучения очная

очная, заочная, др.

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зав. кафедрой МиБ М.Г. Шабанов

Нач. учебного отдела Р.А. Атаханов

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – Торговое дело профилю подготовки «Коммерция».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 25.10.2011года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62 - Торговое дело, профиль «Коммерция» \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов**

ОДОБРЕНО:

Методической комиссией  
направления (специальности)  
**100700.62 «Торговое дело»**  
шифр и полное наименование  
**профиль «Коммерция»**

Председатель МК  
\_\_\_\_\_ Р.Д. Шахпазова  
Подпись, ФИО

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2011г.

АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:

**к.э.н., доцент Атуева Э.С.**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
подпись



## ПРЕДИСЛОВИЕ

Итоговый экзамен по отдельной дисциплине и является составной частью итоговой государственной аттестации и проводится согласно постановлению №3 от 25.05.1994г. Госкомитета по высшему образованию РФ.

Целью итогового экзамена по отдельной дисциплине является определение уровня усвоения студентами материала, предусмотренного учебными программами и определение целесообразности дальнейшего обучения.

В соответствии с положением об итоговом экзамене по отдельной дисциплине выбрана дисциплина «Коммерческая деятельность», т.к. уровень подготовки по этой дисциплине является базой для изучения специального блока дисциплин.

Программа экзамена по отдельной дисциплине составлена на основе базовой дисциплины «Коммерческая деятельность».

## СОДЕРЖАНИЕ

### ПРОГРАММЫ ПО ИТОВОМУ ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ ПО ОТДЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

**Целью освоения учебной дисциплины «Коммерческая деятельность»** является приобретение умений и формирование компетенций бакалаврами в области методологии и организации коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности.

В ходе изучения дисциплины студент должен решать следующие **задачи**:

- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
- овладение методами управления коммерческими процессами торговых предприятий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности.

Данная учебная дисциплина относится к блоку дисциплин базовой части профессионального цикла (БЗ) направления «Торговое дело», что означает формирование в процессе обучения у студента профессиональных знаний и компетенций в рамках выбранного образовательного направления, а также навыков самостоятельной работы в области торгового дела. В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: Экономическая теория, Математика, Информатика, Экология, Правоведение, Статистика, Теоретические основы товароведения, Конъюнктура товарного рынка, Основы предпринимательской деятельности и бизнеса, Теория и практика кооперации.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как: Экономика организации, Менеджмент, Логистика, Рекламная деятельность, Организация торгового дела, Управление конкурентоспособностью, Ценообразование в торговой деятельности, Основы коммерческих расчетов, Организация деятельности предприятий в сфере оптовой и розничной торговли, а также для производственной практики.

В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся с основными понятиями и сферами применения коммерческой деятельности (предпринимательская, коммерческая, торгово-сбытовая деятельность; рынок товаров как сфера коммерческой деятельности; коммерческая деятельность как категория рыночной экономики; сферы применения коммерческой деятельности; особенности коммерческой деятельности в сферах производства и обслуживания; состояние и тенденции развития торговли в России и за рубежом);

- с объектами коммерческой деятельности (понятие, назначение, классификация; характеристика товара как объекта коммерческой деятельности; услуги как объекты коммерческой деятельности; общие представления о недвижимости, работах, информационных технологиях, организациях и других объектах коммерческой деятельности (применительно к конкретной отрасли));
- с субъектами коммерческой деятельности (юридические лица; физические лица - индивидуальные предприниматели; коммерческие организации, объединения саморегулируемых организаций в форме ассоциаций и союзов; субъекты среднего и малого предпринимательства);
- с методологией коммерческой деятельности организации (понятие, структура, методы и средства для ее образования и развития);
- с информационным обеспечением коммерческой деятельности организации (понятие, назначение, виды, источники);
- с управлением коммерческой деятельностью организации (понятие, цель, задачи и сущность, принципы и методы управления коммерческой деятельностью организации);
- с вопросами государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности (цель, задачи, основные направления, мероприятия и их содержание; нормативно-правовая база регулирования коммерческой деятельности: федеральные законы, постановления Правительства РФ, стандарты, правила торговли и оказания услуг);
- с материально-технической базой для коммерческой деятельности организации (понятие, назначение, классификация, тенденции ее развития);
- с договорами в коммерческой деятельности (понятия, правовая база, назначение, виды, содержание, порядок заключения и контроль за их исполнением);
- с управлением товарным обеспечением (управление ассортиментом товаров; управление закупками товаров; организация товародвижения с вопросами управления товарным обеспечением; управление товарными запасами; управление продажей (сбытом) товаров);
- с анализом и оценкой коммерческой деятельности (назначение, понятие экономического эффекта и экономической эффективности);
- с инновациями в сфере коммерции (понятие и классификация; роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий).

Практические и семинарские занятия по дисциплине ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих мини-кейсы, ситуационные задачи, научные дискуссии по наиболее острым проблемам, связанным с принципами и методами управления коммерческой деятельностью организаций; применение аналитических материалов консалтинговых компаний, опыта российских организаций; использование электронно-образовательных ресурсов библиотеки СИБИТ, что позволяет формировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в области коммерческой деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Наименование компетенции	Код компетенции
<ul style="list-style-type: none"> <li>● способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность ;</li> </ul>	ОК-4
<ul style="list-style-type: none"> <li>● способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;</li> </ul>	ОК- 7

Наименование компетенции	Код компетенции
<ul style="list-style-type: none"> <li>• умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;</li> </ul>	ПК-2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность управлять ассортиментом товаров и услуг;</li> </ul>	ПК-3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;</li> </ul>	ПК-4
<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность прогнозировать спрос потребителей, анализировать конъюнктуру товарного рынка;</li> </ul>	ПК-6
<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев ;</li> </ul>	ПК-9
<ul style="list-style-type: none"> <li>• готовность работать с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности и проверять правильность ее оформления;</li> </ul>	ПК-12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами;</li> </ul>	ПК-13
<ul style="list-style-type: none"> <li>• готовность участвовать в реализации проектов в области коммерческой деятельности</li> </ul>	ПК-19

В результате изучения дисциплины студент должен:

**уметь:**

- выбирать поставщиков и торговых посредников;
- заключать договоры в процессе закупочной и сбытовой деятельности и контролировать их соблюдение;
- осуществлять анализ и планирование коммерческой деятельности;
- осуществлять организацию, учет и контроль коммерческой деятельности;
- прогнозировать результаты коммерческой деятельности;
- управлять коммерческой деятельностью организации;

**знать:**

- основные понятия, цели и задачи коммерческой деятельности;
- принципы управления коммерческими организациями;
- сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности
- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;
- договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением;
- государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности;
- принципы формирования ассортимента в коммерческих организациях;
- принципы и методы, в соответствии с которыми формируются организационные структуры коммерческой деятельности

**владеть навыками (не менее 5 пунктов):**

- применения аналитических методов для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях;
- документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации;

- работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;
- выбора каналов распределения, поставщиков и торговых посредников;
- анализа и оценки коммерческой деятельности.

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

1. Кривяков С.В. Теоретический анализ экономических систем Томск, Изд-во Том. ун-та, 2007.
2. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. СПб.: Экономическая школа, 2004.
3. Олейник А. Н. Коммерческая деятельность. Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2005.
4. Шаститко А. Е. Новая институциональная экономическая теория. М.: ТЕИС, 2005.
5. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. М.: Дело, 2006.
6. Фуруботн Э. Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. - СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005

### **Дополнительная литература**

1. Лакатос И. Фальсификация и методология научно-исследовательских программ. М.: Ермак, 2003.
2. Розмаинский И. В., Холодилин К. А. История экономического анализа на Западе. Текст лекций. СПб., СПб ФГУ-ВШЭ. 2000 (<http://ie.boom.ru/History1.htm>).
3. Розмаинский И. В., Малкина М. Ю. Основы институционального подхода к анализу роли государства // Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ). СПб., СПб ФГУ-ВШЭ. 2000
4. Тевено Л. Рациональность или социальные нормы: преодоленное противоречие // Экономическая социология. 2006, Т. 2, №1 (<http://www.ecsoc.msses.ru/>).
5. Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПроП ВПО по направлению и профилю подготовки 100700.62 - Торговое дело профилю «Коммерция»

Рецензент от выпускающей кафедры  
по направлению 100700.62 - Торговое дело \_\_\_\_\_ З.К. Булатова

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ

Декан, председатель совета  
факультета государственного и му-  
ниципального управления,  
профессор

\_\_\_\_\_ **Х.З. Халимбеков**  
Подпись                      ФИО  
\_\_\_\_\_ 2011

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ,  
профессор

\_\_\_\_\_ **К.А. Гасанов**  
Подпись                      ФИО  
\_\_\_\_\_ 2011

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

для направления \_\_\_\_\_ **100700.62 – Торговое дело** \_\_\_\_\_

по профилю \_\_\_\_\_ **«Коммерция»** \_\_\_\_\_

шифр и полное наименование направлений (специальности)

факультет \_\_\_\_\_ **государственного и муниципального управления** \_\_\_\_\_

наименование факультета, где ведется подготовка бакалавра (специалиста)

кафедра \_\_\_\_\_ **маркетинга и бизнеса** \_\_\_\_\_

наименование кафедры, за которой закреплена практика

Квалификация выпускника (степень) – \_\_\_\_\_ **Бакалавр** \_\_\_\_\_

бакалавр, специалист

Форма обучения \_\_\_\_\_ **очная** \_\_\_\_\_

очная, заочная, др.

Всего продолжительность практики (в неделях) \_\_\_\_\_ **2 недели** \_\_\_\_\_

Трудоемкость (в зачетных единицах) \_\_\_\_\_ **3 ЗЕТ (108 часов)** \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов** \_\_\_\_\_

Нач. учебного отдела \_\_\_\_\_ **Р.А. Атаханов** \_\_\_\_\_

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 100700.62 – «Торговое дело» профилю подготовки «Коммерция».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 14.09.2011 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 100700.62 - Торговое дело, профиль «Коммерция» \_\_\_\_\_ **М.Г. Шабанов**

ОДОБРЕНО

Методической комиссией  
направления (специальности)  
**100700.62 «Торговое дело»**  
шифр и полное наименование  
**профиль «Коммерция»**

Председатель МК  
\_\_\_\_\_ Р.Д. Шахпазова  
Подпись, ФИО

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2011г.

АВТОРЫ (Ы) ПРОГРАММЫ:

**Э.Б. Агуева., к.э.н. доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_  
подпись

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Современная российская экономика нуждается в высококвалифицированных специалистах в области менеджмента, экономики и финансов. Будущие менеджеры должны объективно оценивать и предвидеть экономическую ситуацию, определять стратегию и тактику поведения фирмы на рынке, уметь принимать грамотные управленческие решения в условиях неопределенности и риска, формировать рабочие группы и управлять ими.

Профессиональная деятельность специалиста по торговому делу осуществляется в сфере управления и бизнеса. Она распределяется на коммерческие, производственные объединения, органы государственного управления в целях рационального управления экономикой, производством, сферой торговли и социальной инфраструктурой. В соответствии с общим назначением специалиста в сфере коммерции и его местом в системе управления он должен быть готов к управленческой, организационной, экономической, маркетинговой, коммерческой, информационно-аналитической, диагностической, инновационной, методической, консультативной деятельности.

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» профилю «Коммерция» проводится с целью проверки уровня и качества общей и, прежде всего, общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывает также общие требования к знаниям и умениям выпускника по циклам дисциплин, предусмотренным Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки **100700.62 «Торговое дело» профилю «Коммерция»**.

## ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки направления (специальности)

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению (специальности) проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и должен, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 100700.62 - Торговое дело. Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки направления (специальности).

Требования к уровню подготовки студентов по государственному междисциплинарному экзамену соответствуют требованиям ФГОС ВПО по направлению 100700.62 - Торговое дело и дополнений к нему.

Задачи итогового междисциплинарного экзамена является определение целесообразности допуска студентов к выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

Программа составлена с учетом квалификационной характеристики менеджера, типовых рабочих программ дисциплин направления 100700.62 - Торговое дело профиля «Коммерция» и внутривузовского Положения о государственном экзамене по специальности (направлению)



## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемых Федеральным Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению 100700.62 - Торговое дело, определяющими назначение, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав итогового междисциплинарного экзамена по специальности должен различаться.

В соответствии с Государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки специалиста по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» итоговый междисциплинарный экзамен включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки.

***В результате изучения базовой части профессионального цикла выпускник должен:***

### **Знать**

- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации,
- методы управления проектами.

### **Уметь**

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые

### **Владеть**

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами;
- методами формирования и поддержания этичного климата в организации;
- практикой организации предпринимательской деятельности;
- владеть методикой оценки рисков.

***В результате изучения вариативной части профессионального цикла выпускник должен:***

### **Знать**

Специалист коммерции должен знать:

- основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач;
- информационно-методическое обеспечение коммерческой деятельности;

- методы исследования, анализа и прогнозирования товарных рынков и товарного ассортимента;
- технологию формирования товарного ассортимента и способы ее оптимизации;
- процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли-продажи;
- порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками;
- методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки;
- нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг;
- составляющие системы товародвижения, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек обращения;
- виды товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления;
- формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема;
- торгово-технологические процессы в коммерческой деятельности, особенности их организации и управления;
- организационную структуру предприятия, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;
- методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности предприятия;
- виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности;

**должен уметь:**

- создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности;
- формировать товарный ассортимент;
- организовать работу с поставщиками и покупателями;
- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;
- управлять товарными запасами;
- применять методы стимулирования сбыта (продажи);
- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность;
- моделировать и проектировать коммерческую деятельность.

**В содержании программы по сдаче итогового междисциплинарного экзамена выделены следующие разделы дисциплин профиля «Коммерция»:**

1. Менеджмент.
2. Маркетинг. Маркетинг в торговой деятельности.
3. Экономика организации.
4. Планирование и прогнозирование деятельности торгового предприятия.
5. Основы коммерческих расчетов.
6. Ценообразование в торговой деятельности.
7. Управление конкурентоспособностью. Управление продажами. Управление брендом.
8. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса.
9. Организация предприятий в сфере коммерции.
10. Организация торгового дела. Товароведение однородных групп товаров.

## 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Раздел 1. История управленческой мысли.

Природа управления и исторические тенденции его развития. Этапы и школы в истории менеджмента  
Общая теория управления  
Разнообразие моделей менеджмента

Раздел 2. Теория организации

Организация как объект менеджмента  
Основные бизнес-процессы в организации  
Цели, принципы и методы управления  
Основные функции менеджмента.  
Организационная культура.  
Процесс принятия и реализации управленческих решений.

Раздел 3. Организационное поведение.

Основные концепции взаимодействия людей в организации.  
Групповая динамика и формирование группового поведения в организации.  
Командообразование в менеджменте.  
Процесс коммуникации и эффективность управления.  
Лидерство в организации.  
Управление конфликтами в организации.  
Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений.  
Факторы эффективности менеджмента.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. – М.: Экономика, 2006. (гриф МО РФ)
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. (гриф МО РФ)
3. Глумаков В.Н. Организационное поведение: Учебник М.: Вузовский учебник, 2009. - 352 с.
4. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2008. (гриф УМО)
5. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
6. Менеджмент: Учебное пособие / Под ред. В.В.Лукашевича, Н.И.Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. (гриф УМО)
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2007.
8. Мильнер Б.З. Теория организации. /Учебник/. Инфа-М, 2009. – 864 с.
9. Основы менеджмента: Учебное пособие Абдуллаева Т.К., Атуева Э.Б. Магомедова Т.В. Махачкала, ДГТУ, 2007(Гриф УМО)
10. Оксина К.Э. Организационное поведение: Учебник. М.: КноРус, 2009. - 480 с
11. Тебекин А.В. Менеджмент организации: Учебник / Тебекин А.В., Касаев Б.С. – М.: КНОРУС, 2007. (гриф МО РФ)
12. Шевчук Д.А. История менеджмента. /Учебное пособие/.«Эксмо», 2009. – 430 с.
13. Шеметов П.В., Петухова С.В. Теория организации./Учеб.пос., М.: Омега-Л, 2010.- 379с.

### Дополнительная

1. Бирман Л.А. Общий менеджмент./Учебник/. «Дело», 2008. – 336 с.
2. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2007. (гриф МО РФ)
3. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2007. (гриф УМО)
4. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник. – М.: Эксмо, 2006.
5. Поршнев А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. (гриф)

## 2. МАРКЕТИНГ. МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга. Формирование системы управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, формирование и классификация функций маркетинга, выделение комплексных и частных функций маркетинга; место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления организации. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге; реализация конкретных путей покрытия потребности в зависимости от целей организации и ситуации на рынке. Структура потенциала и использование инструментария маркетинга в деятельности торговых фирм. Маркетинг-микс. Системный Трейд-Маркетинг. Инструменты трейд-маркетинга.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2007.- 692 с. (гриф УМО)
2. Пакнкрухин А.П. Маркетинг: учебник для вузов - 5-е изд. - М.: Омега-Л, 2009.- 656 с. (гриф. МО)
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2008.
4. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: учебник для вузов. - М.: Экономика, 2009.

### Дополнительная

1. Муратханова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учебное пособие.- М.: Академия, 2009.- 96 с. (гриф Доп. МО РФ)
2. Мурадова З.Р., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы маркетинга. – Махачкала, 2012. (ГРИФ УМО).

## 3. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Место малого бизнеса в рыночной экономике; функции малого бизнеса; критерии определения малых предприятий; методы поддержки малого бизнеса в стране и за рубежом; организационно-правовые формы малого бизнеса; методы создания, ликвидации, организации и реорганизации малого предприятия; основы лицензирования малого бизнеса; особенности льготного кредитования и страхования малого предпринимательства; поведение малого предприятия в экономических процессах; внешняя и внутренняя среда малого предприятия; влияние ресурсов на поведение предприятия; финансовые показатели деятельности малого предприятия; налоговое регулирование малого предпринимательст-

ва; виды объединений малых предприятий; экономическая диагностика и проектирование деятельности малого предприятия.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Атуева Э.Б. Экономика и управление малым бизнесом. Учебное пособие. - Махачкала: ДГТУ, 2011.
2. Баженов Ю.К, Баженов А.Ю. Малое предпринимательство. - М.:ИВЦ «Маркетинг», 1999.
3. Волкова О.И. Экономика предприятия: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001.
4. Тертышник М.И. Экономика предприятия: учебно-методический комплекс. М., 2005
5. Смирницкий Е.К. Экономические показатели бизнеса. М., 2002.
6. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М., 2003.
7. Жиделева В.В., Каптейн Ю.Н. Экономика предприятия: Учеб. пособие. М., 2000.
8. Зайцев Н.Л. Экономика организации: Учебник. М., 2000.

### Дополнительная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. - М., 1994.
2. Атуева Э.Б. Планирование и прогнозирование в условиях рынка. Курс лекций. - Махачкала: ДГТУ, 2009.
3. Атуева Э.Б. Предпринимательская деятельность. Курс лекций. - Махачкала: ДГТУ, 2011.
4. Даниялова Д.Ч. Формирование механизма управления предприятиями малого бизнеса в оптовой торговле: Монография. - Махачкала, НИЛ РЭП, 2001.
5. Аристер Н. И., Артюхов В. Г., Балабанов В. С. Толковый словарь предпринимателя. - М., Финансы и статистика, 1993.
6. Андреев В. К. Основы предпринимательского права. - М., Менатеп-Информ, России. 1992.

## 4. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Сущность и особенности осуществления планирования на современных предприятиях. Планирование как принцип, метод и функция управления. Логический процесс в планировании. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Иерархия производственных планов, вспомогательные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Прогнозы и ориентиры. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учеб-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
2. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. 4-е изд. – М.: Торговая корпорация «Дашков и К», 2003.
3. Бизнес-планирование. /Под ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова. – М.: Фин. и статистика,

2002.

4. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова. – М.: Финансы и статистика, 2002.
5. Атуева Э.С. Планирование и прогнозирование рынка в условиях рынка. Учебное пособие. – Махачкала: ДГТУ, 2009.

#### Дополнительная

1. Бизнес-план. Методика составления. Реальный пример. /Под ред. В.П. Бурова, О.К. Юлдашева О.У. Бизнес-план в системе планирования предприятий. – М., 1999.
2. Морошкина и др. – М.: ЦИПККАП, 2002.
3. Яковлева С.М., Зевина Л.З. Экономическое развитие. – М., 2007.
4. Грамотенко Т.И. и др. Банкротство предприятий (экономическое). – М.:ПРИООР, 1998.

### 5. ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКИХ РАСЧЕТОВ

Основные факторы, влияющие на финансово-хозяйственную деятельность; особенности применения доходного, сравнительного и затратного подходов к оценке стоимости компаний на развивающихся рынках; методы управления финансовыми потоками и рисками, методика расчета эффективности финансово-хозяйственной деятельности; оценка уровня влияния управленческих решений на финансово-хозяйственную деятельность организации; причины несоответствия целевых параметров фактическим; принципы и методы доходного, сравнительного и затратного подходов к оценке стоимости компаний и преимущества и ограничения каждого из подходов; источники формирования имущества; формирование оптимальной структуры источников финансирования проектов и всей финансово-хозяйственной деятельности; методологические проблемы, возникающие при использовании классических методов оценки бизнеса компании.

### ЛИТЕРАТУРА

#### Основная

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
2. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 736 с.
3. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. Оценка бизнеса. – СПб.: Питер, 2002. – (Серия «Учебники для вузов»).
4. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Сучков Е.А. Теория экономического анализа: Учебно-методический комплекс / Под ред. проф. Н.П. Любушина. – М.: Юристъ, 2002. – 480 с.
5. Сычева Г.И., Колбачев Е.Б., Сычев В.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2003.
6. Николаева С.А. Особенности учета затрат в условиях рынка: система «директ – костинг». – М., 1993.
7. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник Под ред. В.И. Кошкина. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002.

#### Дополнительная

1. Гражданский кодекс РФ, часть первая (в ред. от 16.02.2001), часть вторая (в ред. от 17.12.1999 г. № 213-ФЗ).
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т.1 и Т.2 – К.: Ника – Центр, 1999.
3. Ендовицкий Д.А., Подопряхин Н.М. Введение в стратегический анализ инвестиционной деятельности: проблемы теории и практики. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2001. – 216.
4. Ендовицкий Д.А., Коробейникова Л.С. Экономический анализ задолженности по векселям: Учеб. пособие / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: Финансы и статистика, 2005.

5. Международные стандарты финансовой отчетности: практическое пособие. Изд. на русском языке. – М.: ICAR Publishing, 2000.
6. Симионова Н.Е., Симионов Р.Ю. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издат. центр «МарТ», 2004.
7. Десмонд Г.М., Келли Р.Э. Руководство по оценке бизнеса: Пер. с англ. Ред. колл.: И. Л. Артеменков (гл. ред.), А.В. Воронкин. - М.: Энциклопедия оценки 1996.
8. Грамотенко Т.И. и др. Банкротство предприятий (экономическое). - М.: ПРИООР, 1998.
9. Булгакова С.В., Сапожникова Н.Г. Теория бухгалтерского учета: Учеб. пособие. - Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2002. – 288 с.
10. Экономический анализ: учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – 2-е изд. доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 615.

## **6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Особенности и условия рыночного ценообразования. Организация, порядок и этапы ценообразованию. Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Виды и цели ценовых стратегий предприятия. Рынок, понятие целевого рынка, рынка продавца, рынка покупателя. Понятие сегментирования рынка, признаки сегментирования рынка. Зависимость ценообразования от структуры рынка. Основные типы рынка: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция и чистая монополия, их особенности. Общая характеристика системы цен. Виды рыночной цены товара. Виды цен в зависимости от обслуживаемого ими оборота. Виды цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования. Виды цен по способу установления, фиксации. Публикуемые и расчётные цены. Виды цен с учетом фактора времени. Группировка цен с учетом базисных условий. По условиям поставки. Скидки с цены. Состав и структура цены. Государственное регулирование и воздействие государства на цены. Принципы ценообразования. Затратные методы ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Эконометрические методы ценообразования. Ценообразование и налоги. Тактические аспекты ценовой политики Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль». Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа. Государственное регулирование цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### Основная

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование. – М., 2006.
2. Васильева Н.Э., Козлова Л.И. Формирование цены в рыночных условиях. – М.: ИНТЕЛ-СИНТЕЗ, 1995.
3. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. – М.: Финстатинформ, 1995.
4. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. – М.: БЕК, 1997.
5. Золотарева И.В. и др. Ценообразование и ценовая политика предприятия. / Учеб. пособие. – Воронеж: ВГТУ, 1998.
6. Слепов В.А. Николаева Т.Е. Ценообразование. – М., 2000.
7. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика – М., 1997.
8. Цены и ценообразование: Учебник / Под ред. В. Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2000.

#### Дополнительная

1. Атуева Э.С. Ценообразование. – Махачкала: ДГТУ, 2010.
2. Друри К. Учет затрат методом стандарт-кост. – М., 1998.

3. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2001.

## **7. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ**

Теоретические основы конкуренции; конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке; формы и методы недобросовестной конкуренции; теория конкурентных преимуществ; оценка конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли, региона, страны; управление конкурентоспособностью предприятия; особенности выбора политик при обеспечении конкурентоспособности предприятий; стратегия и тактика конкурентной борьбы; разработка и реализация базовых стратегий конкуренции; наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы; развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях. Определение эффективных приемов продажи товаров, управления процессом презентации товара, проведения операций купли-продажи, формирования лояльности клиентов. Владение основными принципами создания брендов торгового предприятия; основами стратегического брендинга; методами создания корпоративного бренд-менеджмента; видами управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### Основная

1. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. - М.: 2010.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. - Спб., 2009.
3. Азоев Г.Л. и др. Анализ деятельности конкурентов. - М., 2009.
4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2007.- 692 с. (гриф УМО)
5. Пакнкрухин А.П. Маркетинг: учебник для вузов - 5-е изд. - М.: Омега-Л, 2009.- 656 с. (гриф. МО)
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2008.
7. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: учебник для вузов. - М.: Экономика, 2009.

#### Дополнительная

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. - М., 2008.
2. Олехнович Г.И. Конкурентные стратегии на мировых рынках. - М., 2007.
3. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. - М., 2009.
4. Ломбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. - С-Пб., 2009.
5. Муратханова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учебное пособие.- М.: Академия, 2009.- 96 с. (гриф Доп. МО РФ)
6. Мурадова З.Р., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы маркетинга. – Махачкала, 2012. (ГРИФ УМО).

## **8. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА**

Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности. Малые предприятия: роль, особенности, критерии определения. Направления поддержки малого предприятия.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### Основная



1. Молоткова Н.В., Соседов Г.А. Основы коммерческой деятельности: Учеб. пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004.
2. Основы предпринимательства. / Под ред. А.С. Пелиха. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
3. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. 324 с.
4. Предпринимательство / Под ред. В.Я.Горфинкеля и др. – М.: Юнити, 1999.
5. Основы предпринимательства. / Под ред. А.С. Пелиха. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.

#### Дополнительная

1. Боков В.В и др. Предпринимательские риски и хеджирование в отечественной и зарубежной экономике. – М.: Приор, 1999.
2. Атуева Э.Б. Предпринимательская деятельность: курс лекций для студентов специальности 100101 – «Радиотехника» (очной и заочной форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2009. – 155 с.
3. Атуева Э.Б. Основы предпринимательской деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.

### 9. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ КОММЕРЦИИ.

Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий для решения профессиональных задач; Научный подход к информационно-методическому обеспечению коммерческой деятельности; Специфику формирования товарного ассортимента предприятий, методики его анализа и оценки; Организацию процесса закупки товаров на отраслевом рынке; Составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек; Организацию форм и методов продажи товаров предприятиями разных видов торговой деятельности; Организационные структуры управления коммерческими службами торговых предприятий, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями; Модели ведения коммерческой деятельности разных видов и типов торговых предприятий; Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности торгового предприятия; Виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования в целях развития коммерческой деятельности.

### ЛИТЕРАТУРА

#### Основная

1. Андерхилл Пако. Место действия – торговый центр. пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005 – 218 с.
2. Брагин Л.А и др. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: Учебник для вузов –М.: 2004.-313 с.
3. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учебник/С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова – М.: выш. шк. 2005 – 352 с.
4. Егоров В.Ф. Организация торговли учебник для вузов – Питер: 2004 – 344 с.
5. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.-М.:2001.-623 с.
6. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -8-е изд.перераб. и доп.-М.: Дашков и Ко, 2005 – 504 с.\*
7. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2005. – 248 с.
8. Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2005 – 368 с.

## Дополнительная

9. Аллен П., Вуттен Дж. Продажи: Пер. с англ. -5-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
10. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт – Издат., 2004. – 332 с.
11. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник – 5-е изд. Перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 536 с.
12. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
13. Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 133 с.
14. Косов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: Учебное пособие. – В.: 2002. – 269 с.
15. Маликов О.Б. Склады и грузовые терминалы: Справочник. СПб.: Издат. Дом «Бизнес-пресса», 2005. – 560 с.
16. Парамонова Т.Н. Организация мерчендайзинга в розничном торговом предприятии: Учебное пособие. – М.: ОУПКРТ, 2002. – 79 с.
17. Смирнов Э.А. Теория организации: Учебн. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 248 с.
18. Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли – изд. 2-е М.: Издательство Жигульского (ООО «Современные розничные и ресторанные технологии»). 2002. – 336с.
19. Тесты до дисциплине «Организация коммерческой деятельности», 2005
20. Торговля в России 2005: Стат. Сборник. – М.: Росстат России, 2006 – 543 с.
21. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 544 с.
22. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: Учеб. Пособие / Под ред.М.Н.Баканова, А.Д.Шеремета.–М.:Финансы и статистика, 2004.–656 с.
23. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.

## 10. ТОВАРОВЕДЕНИЕ ОДНОРОДНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ

Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. Основы полагающие товароведные характеристики как важные критерии конкурентоспособности товаров. Методы товароведения: системный подход, классификация и кодирование товаров. Классификаторы.

Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика.

Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.

Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. Управление качеством.

Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.

Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения. Документальное оформление.

Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

Товароведение: основные понятия, цели и задачи. Потребительная стоимость товара, как предмет товароведения. Взаимосвязь потребительной и меновой стоимости. Основы полагающие товароведные характеристики как важные критерии конкурентоспособности

сти товаров. Методы товароведения: системный подход, классификация и кодирование товаров. Классификаторы.

Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления. Ассортиментная политика.

Качество: свойства, показатели, их классификация, оценка качества.

Потребительские свойства: номенклатура, показатели, методы их определения. Безопасность и экологичность.

Факторы, формирующие и сохраняющие качество: сырье, технологии производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. Управление качеством.

Информация о товаре и ее значение в коммерческой деятельности.

Экспертиза: понятие, цели и задачи. Идентификация и фальсификация товаров. Виды и методы экспертизы. Организация и порядок проведения. Документальное оформление.

Ассортимент, качество и экспертиза отдельных групп товаров.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

Андерхилл Пако. Место действия – торговый центр. пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005 – 218 с.

Брагин Л.А и др. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: Учебник для вузов – М.: 2004.-313 с.

Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учебник/С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова – М.: выш. шк. 2005 – 352 с.

Егоров В.Ф. Организация торговли учебник для вузов – Питер: 2004 – 344 с.

Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.- М.:2001.-623 с.

Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -8-е изд.перераб. и доп.- М.: Дашков и Ко, 2005 – 504 с.\*

Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2005. – 248 с.

Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2005 – 368 с.

### Дополнительная

24. Ален П., Вуттен Дж. Продажи: Пер. с англ. -5-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.

25. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт – Издат., 2004. – 332 с.

26. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник – 5-е изд. Перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 536 с.

27. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. – СПб. :Питер, 2004. – 288 с.

28. Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: Учебное пособие. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 133 с.

29. Косов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: Учебное пособие. – В.: 2002. – 269 с.

30. Маликов О.Б. Склады и грузовые терминалы: Справочник. СПб.: Издат. Дом «Бизнес-пресса», 2005. – 560 с.

31. Парамонова Т.Н. Организация мерчендайзинга в розничном торговом предприятии: Учебное пособие. – М.: ОУПКРТ, 2002. – 79 с.

32. Смирнов Э.А. Теория организации: Учебн. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 248 с.

33. Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли – изд. 2-е М.: Издательство Жигульского (ООО «Современные розничные и ресторанные технологии»). 2002. – 336с.

34. Тесты до дисциплине «Организация коммерческой деятельности», 2005

35. Торговля в России 2005: Стат. Сборник. – М.: Росстат России, 2006 – 543 с.

36. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 544 с.
37. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: Учеб. Пособие / Под ред. М.Н. Баканова, А.Д. Шеремета. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 656 с.
38. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.

## **ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

### **Организация итогового междисциплинарного экзамена**

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» профилю «Коммерция» является одним из видов аттестационных испытаний в составе итоговой государственной аттестации выпускников. Он проводится с целью проверки уровня и качества общей и, прежде всего, общепрофессиональной и специальной подготовки студентов по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» и профилю «Коммерция», и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к знаниям и умениям выпускника по циклам дисциплин, предусмотренных Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» и профилю подготовки «Коммерция».

### **Содержание итогового экзамена**

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемых соответствующими Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» и профилю подготовки «Коммерция», определяющими назначение, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав итогового междисциплинарного экзамена по специальности должен различаться.

В соответствии с "Государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки специалиста по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело» и профилю подготовки «Коммерция» итоговый междисциплинарный экзамен включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки.

Перечень вопросов, включаемых в экзаменационные билеты, утверждается на кафедре. Кроме вопросов в билеты могут быть включены проблемные ситуации, которые необходимо проанализировать и разработать мероприятия по их разрешению. Рекомендуемая литература для изучения этих дисциплин приведена в имеющихся на выпускающей кафедре рабочих программах, известна студентам по изучению дисциплин в учебном процессе, дополнительно сообщается студентам при подготовке к экзаменам, доводится до их сведения в форме Программы государственного экзамена.

### **Порядок проведения итогового междисциплинарного экзамена**

К итоговому междисциплинарному экзамену по направлению подготовки 100700.62 - «Торговое дело» и профилю подготовки «Коммерция» допускаются студенты, завершившие полный курс обучения по основной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Сдача итогового экзамена проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

Итоговый междисциплинарный экзамен принимается экзаменационной комиссией, входящей в состав Государственной аттестационной комиссии. Экзаменационная комиссия формируется из ведущих преподавателей выпускающей кафедры, как правило, преподающих учебные дисциплины, включенные в состав итогового междисциплинарного экзамена. В состав экзаменационной комиссии могут включаться и специалисты предприятий, ведущие преподаватели и научные сотрудники других вузов.

Состав экзаменационной комиссии утверждается приказом ректора вуза.

В период подготовки к экзамену, проводимому для выпускников, студентам предоставляются необходимые консультации по каждой вошедшей в итоговый экзамен дисциплине.

На итоговом экзамене студенты получают экзаменационный билет, содержащий три вопроса. При подготовке к ответу студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных листах бумаги с специальным штампом. На подготовку к экзамену, который проводится в письменной форме, студенту дается 1-2 академических часа. По всем вопросам экзаменационного билета студенту членами экзаменационной комиссии с разрешения ее председателя могут быть заданы уточняющие и дополнительные вопросы в пределах перечня, вынесенного на итоговый экзамен.

Члены экзаменационной комиссии проставляют в своем протоколе оценки за письменные ответы экзаменуемого на каждый вопрос и по их совокупности.

По завершению экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает характер письменных ответов каждого студента, анализирует проставленные каждым членом комиссии оценки и проставляет каждому студенту согласованную оценку по итоговому экзамену в целом по системе: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке на основе оценок, проставленных членами комиссии, решение экзаменационной комиссии в соответствии с Положением об итоговой аттестации выпускников вузов РФ "принимается на закрытом заседании простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председателя является решающим".

Итоговая оценка по экзамену заносится в протокол заседания экзаменационной комиссии, сообщается студенту и проставляется в зачетную книжку студента, где расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии (равно как и в протоколе).

В случае получения студентом по междисциплинарному экзамену итоговой оценки "неудовлетворительно" он не допускается к выполнению и защите дипломного проекта и отчисляется из вуза с получением академической справки.

Листы с ответами студентов на экзаменационные вопросы вместе с копией протокола об итогах экзамена подшиваются секретарем комиссии в отдельную папку "Итоговый междисциплинарный экзамен" и хранятся в течение трех лет на выпускающей кафедре, а затем сдаются в архив вуза. Ежегодно на заседании выпускающей кафедры обсуждаются, корректируются и утверждаются состав и содержание вопросов дисциплин, включаемых в итоговый экзамен, а также предлагается кафедрой состав экзаменационной комиссии. Характер указанных корректировок своевременно доводится до сведения студентов.

## ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ, СОСТАВУ И СОДЕРЖАНИЮ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются выпускающей кафедрой на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВПО в части требований к результатам освоения основной образовательной программы бакалавриата.

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра менеджмента должна соответствовать видам и задачам его профессиональной деятельности.

ВКР представляет собой самостоятельное логически завершенное исследование, связанное с решением научной или научно-практической задачи. При его выполнении студент должен показать способности и умения, опираясь на полученные знания, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, докладывать и отстаивать свою точку зрения перед аудиторией.

К защите выпускной квалификационной работы (ВКР) допускается обучающийся, успешно завершивший в полном объеме освоение образовательной программы по направлению подготовки (специальности) высшего (среднего) профессионального образования (переподготовки), успешно сдавший итоговый государственный экзамен(ы) и завершивший прохождение преддипломной практики.

Цель защиты выпускной квалификационной работы – установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВПО к квалификационной характеристике и уровню подготовки выпускника по направлению подготовки 100700.62 - Торговое дело.

Тематика и содержание ВКР должны соответствовать уровню компетенций, полученных выпускником в объеме базовых дисциплин профессионального цикла ООП бакалавра и дисциплин выбранной студентом профилизации. ВКР выполняется под руководством опытного специалиста – преподавателя, научного сотрудника вуза или его филиала. Темы ВКР могут быть предложены кафедрами или самими студентами. В их основе могут быть материалы научно-исследовательских или научно-производственных работ кафедры, факультета, научных или производственных организаций.

Дипломная работа и ее защита должны показать, что выпускник овладел методологией исследования проблем управления, в полном объеме усвоил основной материал изученных ранее курсов по направлению «Торговое дело». Своей дипломной работой выпускник доказывает, что он умеет самостоятельно разбираться в хозяйственном механизме и функционировании систем управления, овладел навыками работы с научными литературными источниками российских и зарубежных авторов по проблемам менеджмента, умеет грамотно (в научном смысле) изложить свои мысли и доводы.

Основными целями выпускной квалификационной работы являются:

1. **Систематизация**, закрепление и расширение теоретических и практических знаний выпускников по избранному направлению.
2. **Развитие** навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования при решении определенных проблем и вопросов в области экономики и управления малым бизнесом.
3. **Определение** уровня теоретических и практических знаний студентов, а также умение принять их для решения конкретных практических задач менеджмента малого бизнеса.

В ходе выполнения ВКР решаются следующие **задачи**:

- самостоятельное исследование актуальных вопросов профессиональной деятельности;
- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по специальным дисциплинам;
- углубление навыков ведения выпускником самостоятельной исследовательской работы, работы с различной справочной, специальной и периодической литературой, а также с электронными и сетевыми информационными ресурсами;
- овладение методикой исследования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем;
- изучение и использование современных методов аналитической и проектной работы в области экономико-управленческих систем малого бизнеса.

В процессе написания дипломной работы выпускники должны:

- овладеть навыками самостоятельной исследовательской аналитической работы, необходимыми для их будущей практической деятельности;
- расширить и углубить полученные теоретические и практические знания по направлению менеджмент;
- овладеть методами анализа практического материала на базе теоретических знаний;
- научиться систематизировать теоретические и практические знания по направлению менеджмент;
- научиться обобщать и критически оценивать теоретические положения, делать аргументированные выводы;
- научиться вырабатывать свою собственную точку зрения по актуальным проблемам экономики и управления;
- овладеть приемами доказательности своей точки зрения и выдвигаемых предложений;
- научиться решать сложные социально-экономические вопросы в условиях современной российской экономики.

Выпускная квалификационная работа по направлению менеджмент, должна иметь научно-исследовательский характер, т.е. содержать глубокий анализ, обобщение проблем и путей их решения по вопросам технологии, организации, планирования, экономики и менеджмента на предприятии и (или) его структурных подразделений.

Организация работы выпускников над ВКР возлагается на выпускающую кафедру и предусматривает следующие этапы:

- разработка тематики выпускных квалификационных работ с учетом актуальных проблем в развитии отечественного и мирового рынка, на основе деятельности предприятий, организаций, учреждений, которые, как правило, являются объектами преддипломной практики;
- формирование тем выпускной квалификационной работы на основе утвержденной тематики и/или заявок предприятий, организаций, учреждений;
- формирование заданий по основным разделам выпускной квалификационной работы;
- организация преддипломной практики студентов;
- руководство выполнением студентом выпускной квалификационной работы;
- организация внешнего рецензирования качества выпускной квалификационной работы.
- организация защиты выпускной квалификационной работы.

Объем выпускной квалификационной работы бакалавра, как правило, не должен превышать 70- 80 страниц.

Пояснительная записка к ВКР формируется из следующих элементов:

- Титульный лист;
- Задание;
- Содержание;

- Введение;
- Основная часть ВКР, состоящая из трех глав: теоретической, аналитической и практической;
- Заключение;
- Библиографический список используемых источников (литературы);
- Приложения.
- Демонстрационные материалы.
- Отзыв руководителя и отзыв рецензента, помещенные в отдельные файлы.  
Пояснительная записка переплетается типографским способом.

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА**

### **а) Основная литература**

1. ГОСТ 7.1.- 2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления [Текст] введ. 2004- 07-01 – Москва : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации;-М.: Издательство стандартов,2004 – 95 с.
2. Бодрунов С.Д., Кричевский М.Л., Сироткин В.Б. [Текст]: «Методические указания по проведению итоговой государственной аттестации бакалавров, магистров по направлению 521500 «Торговое дело» и менеджеров по специальности 061100 «Менеджмент организации» [Текст]: – СПб., ГУАП, 2005. 55 с.
3. Дипломное проектирование: учеб. пособие/ Ю.Р. Еналеева, В.И. Маколов, Т.А. Салимова (и др.); под ред. Проф. Т.А. Салимовой. [Текст]: – Саранск: Изд-во Мордов. Ун-та, 2008.- 184 с.
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Упр. персоналом" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. , Баткаева, И. А. Захаров, Д. К. Иванов, А. М. Ивановская, Л. В. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 430 с.
5. Кузнецов, И. Н. Научное исследование. Методика проведения и оформления [Текст] : учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. - М : 2007, 457 с.
6. Кузнецов, И. Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Текст] : учеб.- метод. пособие / И. Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К , 2009 . - 339 с.
7. Куликов, В. П. Дипломное проектирование. Правила написания и оформления [Текст]: учеб./ В. П. Куликов. - М.: ФОРУМ, 2008 . - 160 с.
8. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование[Текст]: Учебное пособие/Под общ.ред. Э.М. Короткова и С.Д. Резника. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с. – (Высшее образование).
9. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - М. : Дашков и К , 2008 . - 243 с.
10. Резник, С. Д. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование [Текст]: учеб. пособие для эконом. спец. вузов / под общ. ред. Э. М. Короткова, С. Д. Резника, В.В. Бондаренко, С.Ш. Левина, Э.В. Минько. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 368 с.

### **б) Дополнительная литература**

11. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: [Принята всенародным голосованием 12.12.1993]: офиц. текст : по состоянию на 14.10.2005. – 79 кб.
12. Федеральный закон от 22.08.96 № 125-ФЗ (ред. от 07.07.2003) "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" (принят ГД ФС РФ 19.07.96)
13. Закон РФ от 10.07.92 № 3266-1 (ред. от 07.07.2003) "Об образовании".



14. ГОСТ 7.1.84. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления [Текст] введ.1986- 01-01.— Москва: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации ; М. : Изд-во стандартов, 1984. — 75 с.
15. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 25.03.2003 № 1155 "Об утверждении Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации" (зарегистрирован в Минюсте России 05.05.2003 per. № 4490).
16. Вахрин, П. И. Методика подготовки и процедура защиты дипломных работ по финансовым и экономическим специальностям [Текст]: учебное пособие / П. И. Вахрин. - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг" 2000.
17. Волков, Ю. Г. Диссертация: подготовка, защита, оформление [Текст]: практическое пособие / Ю. Г. Волков. - М.: Гардарики, 2001.
18. Дипломный проект по программам «Мастер делового администрирования, MBA» [Текст]: методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите. - М.: Международный университет (в Москве), 2002.
19. Кибанов А.Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: Учебное пособие. – М ИНФРА – М, 2007.
20. Кудрявцев, Е. М. Оформление дипломного проекта на компьютере [Текст]. / Е. М. Кудрявцев. - М. : ДМК Пресс, 2004. - 223 с.
21. Кузнецов, И. Н. Курсовые и дипломные работы: От выбора темы до защиты [Текст]: справ. пособие / И.Н. Кузнецов. - Минск : Мисанта , 2003 . - 415 с.
22. Лудченко, А. А. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие для вузов / под ред. А. А. Лудченко, Я. А. Лудченко, Т. А. Примак.-Киев: Знание, 2000. - 114 с.
23. Меняев, М. Ф. Управление проектами. MS Project [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Менеджмент организации" / М. Ф. Меняев. - М. : Омега-Л , 2005 . - 275 с.
24. Сабитов, Р. А. Основы научных исследований [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р.А. Сабитов. - Челябинск : ЧелГУ, 2002 . - 2,83 МБ, 140 с.
25. Сапаров, В. Е. Дипломный проект от А до Я [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. Е. Сапаров. - М. : СОЛОН-Пресс, 2004. - 218 с.
26. Федотова, С. В. Подготовка учебной презентации средствами Microsoft Power Point [Электронный ресурс]: лекции . - [2006] . - 378 КБ, 8 с.

#### **в) программное обеспечение и интернет-ресурсы**

Для практических занятий и самостоятельной работы студентов:

- использование Microsoft Excel для реализации научных методов исследования, выполнения расчетов динамических статистических и экономических показателей;
- технологии Internet для поиска материала для выполнения индивидуальных работ и работ по заданию преподавателя;
- Outlook Express или любая другая почтовая программа для реализации электронных консультаций с преподавателем в режиме off-line;
- Microsoft Word для оформления письменных индивидуальных и творческих заданий преподавателя; оформления индивидуальных работ и рефератов;
- Microsoft Power Point для изучения правил составления электронной презентации дипломного проекта и подготовки демонстрационного материала к защите индивидуальной работы по дисциплине.