

*Аннотации рабочих программ учебных дисциплин ОП ВО магистратуры
по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело
профилю **Международная торговля***

M1.Б.1 ПСИХОЛОГИЯ.....	2
M1.Б.2 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	3
M1.Б.3 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	4
M1.В.ОД.1 МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	5
M1.В.ОД.2 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОММЕРЦИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.....	6
M1.В.ОД.3 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	7
M1.В.ОД.4 БИЗНЕС-ЭТИКА, ПРАВИЛА И ОБЫЧАИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	8
M1.В.ДВ.1.1 СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА.....	9
M1.В.ДВ.1.2 УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ	10
M2.Б.1 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ.....	11
M2.Б.2 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	12
M2.Б.3 ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ.....	13
M2.Б.4 ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	14
M2.Б.5 БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	15
M2.В.ОД.1 ТЕХНОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ.....	16
M2.В.ОД.2 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЯРМАРКИ, ВЫСТАВКИ, АУКЦИОНЫ	17
M2.В.ОД.3 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ.....	18
M2.В.ОД.4 РИСКИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЦИИ	19
M2.В.ОД.5 ТРАНСПОРТНО-ТАМОЖЕННАЯ ЛОГИСТИКА	20
M2.В.ОД.6 СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ.....	21
M2.В.ДВ.1.1 МЕЖДУНАРОДНАЯ БИРЖЕВАЯ ТОРГОВЛЯ	22
M2.В.ДВ.1.2 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЛИЗИНГ	23
M2.В.ДВ.2.1 ЛОГИСТИЧЕСКОЕ АДМИНИСТРАТИРОВАНИЕ.....	24
M2.В.ДВ.2.2 ЛОГИСТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В КОММЕРЦИИ.....	25

М1.Б.1 ПСИХОЛОГИЯ

Цель изучения дисциплины:

Знание психологических свойств личности и их роли в профессиональной деятельности специалистов направления «Торговое дело».

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основные понятия и категории психологии

Тема 1.1. Методологические основы и основные отрасли современной психологии

Тема 1.2. Методы психологии

Раздел 2. Психологические процессы и состояния

Тема 2.1. Ощущение и восприятия

Тема 2.2. Память и внимание

Тема 2.3. Интеллект

Тема 2.4. Стресс

Раздел 3. Психические свойства личности

Тема 3.1. Мотивация и эмоция

Тема 3.2. Темперамент

Тема 3.3. Коммуникативная сфера личности

Тема 3.4. Характер и поведение

М1.Б.2 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель изучения дисциплины

Формирование коммуникативных навыков и умений во всех видах речевой деятельности, а также общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения и способностью к активной социальной мобильности (ОК-4).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Работа с представителями различных культур

Тема 1.1. Работа с прессой

Тема 1.2. Публичные выступления. Различные виды презентаций

Тема 1.3. Языковой стиль презентаций

Тема 1.4. Умение налаживать деловые контакты

Раздел 2. Новые направления в сфере занятости населения

Тема 2.1. Существующие режимы работы

Тема 2.2. Перспективы для работающего населения

Тема 2.3. Бизнес-документация. Работа в режиме online

Раздел 3. Деловая этика

Тема 3.1. Вопросы деловой этики

Тема 3.2. Социальная ответственность предприятия

Тема 3.3. Последствия гонки за прибылью в условиях конкурентной борьбы

Тема 3.4. Разработка руководства к действию для сохранения репутации предприятия

Раздел 4. Как создать свое предприятие

Тема 4.1. Что отличает потенциального предпринимателя

Тема 4.2. Сложности на пути к созданию нового предприятия

Тема 4.3. Предпосылки к успеху будущего предприятия

Тема 4.4. Способы сохранения предприятия

Раздел 5. Партнерства

Тема 5.1. Частные фирмы на службе общества

Тема 5.2. Содействие правительства в совместной работе частных и государственных предприятий

Тема 5.3. Переговоры о взаимовыгодном объединении

Раздел 6. Продвижение проектов

Тема 6.1. Создание эффективной команды

Тема 6.2. Создание виртуальной команды для внесения своевременных изменений в проект

Тема 6.3. Роль руководителей проектов в претворении в жизнь задач предприятий

Тема 6.4. Работа в рамках проекта с представителями разных культур

М1.Б.3 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Цель изучения дисциплины

Сформировать у обучающихся цельное представление о современных методах и средствах проектирования, разработки и внедрения систем компьютерных технологий в коммерческую деятельность.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения и способен к активной социальной мобильности (ОК-4);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5).

Содержание дисциплины

Тема 1. Электронные таблицы, базы и банки данных, их использование в информационных системах коммерческого назначения.

Тема 2. Интегрированные информационные системы в коммерческой деятельности, проблемно-ориентированные пакеты прикладных программ по отраслям и сферам деятельности.

Тема 3. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в коммерческой деятельности.

Тема 4. Национальные и международные информационные сети и их взаимодействие.

М1.В.ОД.1 МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель изучения дисциплины

Подготовить и поднять до более высокого уровня способности будущих магистров к организованному и системному мышлению, раскрыть методологический аппарат исследований, позволяющий им вести эффективный поиск инновационных достижений в сфере экономики, управления и торгового дела.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5);
- способностью анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-7).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Категории научного познания

Тема 1.1. Введение в науку и связь её с философией

Тема 1.2. Методология и парадигма как категории развития и организации научного познания

Раздел 2. Научное исследование как познавательная деятельность

Тема 2.1. Сущность и модель процесса исследования

Тема 2.2. Причинность постановки научного исследования

Раздел 3. Система научных знаний

Тема 3.1. Структура системы научных знаний

Тема 3.2. Фундаментальные связи и отношения

Тема 3.3. Фундаментальные обобщения

Тема 3.4. Инструментарий познания: модели и методы

Раздел 4. Методология научных исследований

Тема 4.1. Методология исследования как синтез научного подхода и теоретической основы его осуществления

Тема 4.2. Причинно-следственный подход и инструментарий его реализации

Тема 4.3. Системный подход и инструментарий его реализации

Тема 4.4. Ситуационный подход и инструментарий его реализации

Тема 4.5. Кибернетический и процессный подход, принципы и инструментарий реализации

Раздел 5. Обоснование методологии диссертационного исследования

Тема 5.1. Общая структура и содержание категорий диссертационного исследования

Тема 5.2. Оценка степени разработанности теории по научной проблеме или задаче диссертационного исследования

М1.В.ОД.2 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОММЕРЦИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Цель изучения дисциплины

Преподнесение студентам знаний о достижениях и позитивном влиянии коммерческой деятельности на развитие отечественной и национальных экономик цивилизованных государств, и для дальнейшей их реализации в практической деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы развития коммерции в России и за рубежом

Тема 1.1. Истоки и этапы российской и зарубежной коммерции.

Тема 1.2. Зарождение и становление коммерции в древнем мире

Тема 1.3. Развитие коммерции в европейских странах в период раннего и классического средневековья (V-XV вв.).

Тема 1.4. Становление деловых отношений и развитие коммерции в Древней и средневековой Руси (IX – XV вв.).

Тема 1.5. Становление и развитие зарубежной и отечественной коммерции (XV-XVII вв.)

Тема 1.6. Развитие коммерции в XVIII веке и первой половине XIX века.

Раздел 2. Современная коммерческая деятельность в России и за рубежом

Тема 2.1. Этапы развития капиталистической коммерции в конце XIX и начале XX века.

Тема 2.2. Принципы и тенденции развития коммерческой деятельности зарубежных стран и России в XX веке

Тема 2.3. Отличительные особенности российской коммерции

Тема 2.4. Коммерция в России в период рыночной экономики

Тема 2.5. Основные экономические и технологические тенденции развития коммерции за рубежом в XXI веке

М1.В.ОД.3 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Цель изучения дисциплины

Дать знания в области организации и проведения маркетинговых исследований и их использование в будущей практической деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения и способен к активной социальной мобильности (ОК-4);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Содержание и направления маркетинговых исследований.

Тема 1.1. Информационное обеспечение маркетинга

Тема 1.2. Виды маркетинговых исследований

Раздел 2. Процесс маркетинговых исследований

Тема 2.1. Общая характеристика маркетинговых исследований

Тема 2.2. Отбор источников информации.

Тема 2.3. Анализ и интерпретация информации

Раздел 3. Методы сбора маркетинговой информации

Тема 3.1. Сбор и анализ вторичной информации

Тема 3.2. Наблюдение

Тема 3.3. Интервью

Тема 3.4. Экспертные методы.

Тема 3.5. Фокусирование в группе

Тема 3.6. Тестирование

Тема 3.7. Эксперимент

Тема 3.8. Массовый опрос

Тема 3.9. Панель

М1.В.ОД.4 БИЗНЕС-ЭТИКА, ПРАВИЛА И ОБЫЧАИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Цель изучения дисциплины

Преподнесение студентам основных правил, обычаев, принципов, норм этики бизнеса для дальнейшей их реализации в практической деятельности в бизнес-коммуникации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способен свободно пользоваться русским и иностранным языком, как средством делового общения и способен к активной социальной мобильности (ОК-4);
- способен адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы бизнес-этики и этикета в международной торговле

Тема 1.1. Характеристика бизнес-этики и деловых отношений в обществе

Тема 1.2. История становления и развития этики бизнеса и этикета в международной торговле

Тема 1.3. Правила и обычаи международной торговли

Тема 1.4. Этические принципы и нормы деловых отношений в международной торговле

Тема 1.5. Виды и формы делового общения

Раздел 2. Бизнес-коммуникации в международной торговле

Тема 2.1. Служебный этикет деловых встреч с иностранными партнерами

Тема 2.2. Особенности организации и проведения международных деловых встреч

Тема 2.3. Этикет деловых приемов и презентаций на международном уровне

Тема 2.4. Межнациональные различия невербального общения

Тема 2.5. Специфика управленческой этики в международной торговле

Тема 2.6. Этика и этикет современного предпринимателя

Тема 2.7. Особенности бизнес-этикета разных стран

М1.В.ДВ.1.1 СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА

Цель изучения дисциплины

Дать студентам, обучающимся по магистерской программе 100700.68 «Международная торговля», все необходимые теоретические знания и практические навыки в области управления складским процессом.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6);
- способностью учитывать роль психологических свойств личности в профессиональной деятельности, своевременно выявлять и разрешать конфликтные ситуации, применять основные нормы и правила современного этикета (ОК-9).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Значение складское хозяйства в логистической системе движения материальных ресурсов.

Тема 1.1. Общее понятие склада. Виды складов.

Тема 1.2. Склад как элемент логистической системы

Тема 1.3. Задачи формирования складской сети оптового предприятия в логистической системе

Тема 1.4. Государственное регулирование складской деятельности.

Раздел 2. Структура склада и складские операции

Тема 2.1. Разгрузочно-погрузочные и складские операции.

Тема 2.2. Техничко-экономические показатели использования складского хозяйства.

Раздел 3. Складское оборудование

Тема 3.1. Техническое устройство складов промышленных предприятий и предприятий оптовой торговли

Тема 3.2. Технологическое оборудование складов

Тема 3.3. Средства комплексной механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ

Тема 3.4. Совершенствование работы складов

М1.В.ДВ.1.2 УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ

Цель изучения дисциплины

Дать студентам системные теоретические знания и обеспечить обладание выпускниками профессиональными компетенциями при управлении запасами товарно-материальных ресурсов в области коммерческой деятельности, логистики в торговле, материально-технического снабжения и сбыта.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-7);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием, знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способен быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);
- способностью учитывать роль психологических свойств личности в профессиональной деятельности, своевременно выявлять и разрешать конфликтные ситуации, применять основные нормы и правила современного этикета (ОК-9).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы теории управления запасами

Тема 1.1. Предмет и задачи управления запасами

Тема 1.2. Основные понятия, цели, принципы, объекты управления запасами

Тема 1.3. Классификация и функции запасов

Тема 1.4. Параметры запасов и показатели управления запасами в коммерческих и производственных системах

Раздел 2. Методы и модели управления запасами

Тема 2.1. Методы анализа запасов.

Тема 2.2. Методы регулирования запасов

Тема 2.3. Экономико-математические модели управления запасами. Детерминированные модели управления запасами

Тема 2.4. Методика нормирования и оптимизации страхового запаса

Тема 2.5. Динамические и стохастические модели управления запасами

М2.Б.1 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Цель изучения дисциплины

Преподнесение студентам знаний по теории и практике стратегического маркетинга, овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятиями стратегических, тактических и оперативных решений в условиях.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6);
- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-5).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы стратегического маркетинга

Тема 1.1. Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике

Тема 1.2. Сущность и объекты стратегического маркетинга

Тема 1.3. Исследование поведения покупателя

Тема 1.4. Развитие стратегии, ориентированной на рынок

Тема 1.5. Научные основы стратегического маркетинга

Тема 1.6. Методы разработки нормативов конкурентоспособности объектов

Раздел 2 Функционирование маркетинговых стратегий на рынке

Тема 2.1. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга

Тема 2.2. Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы

Тема 2.3. Стратегический маркетинг – модель анализа для стратегического выбора

Тема 2.4. Стратегический брендинг

Тема 2.5. Ориентация на рынок при принятии управленческих решений

Тема 2.6. Модели построения стратегии

Тема 2.7. Нормативы стратегической конкурентоспособности объектов

М2.Б.2 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель изучения дисциплины

Ознакомление с теорией и основными навыками в области рекламного менеджмента, которые могут помочь в практической работе предпринимателю, маркетологу, менеджеру.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способен быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);
- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-5);
- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11).

Содержание дисциплины

- Тема 1. Роль управления в рекламном бизнесе
- Тема 2. Стратегия рекламного менеджмента
- Тема 3. Организационное построение рекламной службы предприятия
- Тема 4. Структура и функции рекламного агентства
- Тема 5. Управление и планирование рекламного бюджета
- Тема 6. Медиапланирование в рекламном менеджменте
- Тема 7. Исследование эффективности рекламного процесса
- Тема 8. Контроль рекламной деятельности
- Тема 9. Международный рекламный менеджмент

М2.Б.3 ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ

Цель изучения дисциплины

Овладение магистрантами теоретическими и практическими основами организации товарной экспертизы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5);
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-2);
- способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).

Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические основы товарной экспертизы

Тема 2. Объекты и субъекты товарной экспертизы

Тема 3. Средства товарной экспертизы

Тема 4. Методы товарной экспертизы

Тема 5. Характеристика товарной экспертизы

Тема 6. Организация проведения товарной экспертизы

М2.Б.4 ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель изучения дисциплины

Формирование у специалистов в области международной торговли базовых компетенций создания эффективных рекламных коммуникаций, PR-технологий, методов анализа ситуации, технологии интеграции жанровых форм подачи информации, с помощью которых и формируется современное информационное пространство.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способен использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5);
- способностью анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-7).

Содержание дисциплины

Тема 1. Система маркетинговых коммуникаций: состав и структура

Тема 2. Синергичное использование маркетинговых коммуникаций в коммерческой деятельности

Тема 3. Эффективность маркетинговых коммуникаций

Тема 4. Принципы интеграции элементов системы маркетинговых коммуникаций

Тема 5. Проектные технологии как форма и модель маркетинговых коммуникаций

Тема 6. Текст как посредник маркетинговой коммуникации

Тема 7. Референтация как технология проектирования маркетинговых коммуникаций

Тема 8. PR–технологии в маркетинговых коммуникациях

Тема 9. Интернет-технологии в маркетинговых коммуникациях

М2.Б.5 БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель изучения дисциплины

Преподавание слушателю необходимых знаний в области теории и практики бизнес-проектирования коммерции и ее роли в формировании успешной деятельности предприятия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- готовностью к самостоятельной работе с использованием, знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способен быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-2);
- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4).

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия и сущность проектирования

Тема 2. Структура проекта

Тема 3. Этапы разработки и управление бизнес-проектированием

Тема 4. Цена инновационного проекта и продление его жизненного цикла

Тема 5. Региональные особенности стратегии развития предприятия

Тема 6. Роль и значение отдельных видов деятельности в коммерции

Тема 7. Оценка удовлетворенности клиентов

Тема 8. Оценка конкурентоспособности и рисков в коммерции

М2.В.ОД.1 ТЕХНОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ

Цель изучения дисциплины

Преподнесение студентам знаний в области подготовки и проведения основных видов международных коммерческих операций для дальнейшей их реализации в практической деятельности предприятия, работающего с зарубежными партнерами.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия (ОК-4);
- способен самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (ПК-1);
- способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов (ПК-5).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы международных коммерческих операций

Тема 1.1. Международные коммерческие операции: сущность, содержание и виды

Тема 1.2. Организационно-правовое регулирование международной коммерческой практики

Тема 1.3. Международные коммерческие термины «Инкотермс-2010»

Тема 1.4. Процедуры, техника подготовки и исполнение международной торговой сделки при прямых связях между контрагентами

Тема 1.5. Коммерческая деятельность на мировом рынке через торгово-посредническое звено

Тема 1.6. Организация и техника коммерческих операций на международных товарных биржах, аукционах, торгах

Раздел 2. Технология международных коммерческих операций

Тема 2.1. Методологические основы международного обмена технологиями

Тема 2.2. Международный обмен лицензиями

Тема 2.3. Международный обмен инженерно-техническими услугами

Тема 2.4. Международные арендные операции

Тема 2.5. Операции по международному туризму. Международный франчайзинг и факторинг.

Тема 2.6. Основные виды международных производственно-технических связей и их организационные формы

М2.В.ОД.2 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЯРМАРКИ, ВЫСТАВКИ, АУКЦИОНЫ

Цель изучения дисциплины

Преподнесение студентам необходимых знаний в области теории ярмарочно-выставочной деятельности и аукционной торговли, и практики функционирования международных ярмарок, выставок, аукционов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способен свободно пользоваться русским и иностранным языком, как средством делового общения и способностью к активной социальной мобильности (ОК-4);
- способностью учитывать роль психологических свойств личности в профессиональной деятельности, своевременно выявлять и разрешать конфликтные ситуации, применять основные нормы и правила современного этикета (ОК-9);
- владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-6);
- владением методами стратегического анализа (ПК-7).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы международной ярмарочно-выставочной деятельности и аукционной торговли

Тема 1.1. Характеристика международных ярмарок, выставок, аукционов.

Тема 1.2. Инфраструктура международных ярмарок и выставок.

Тема 1.3. Методологические подходы к подготовке и участию в международных ярмарках, выставках

Тема 1.4. Международные соглашения в области ярмарочно-выставочной деятельности и аукционной торговли

Тема 1.5. Сущность и характеристика международной аукционной торговли.

Раздел 2. Функционирование международных ярмарок, выставок, аукционов

Тема 2.1. Подготовка компании к участию в международной ярмарке, выставке

Тема 2.2. Особенности маркетинговой работы экспонента на международной ярмарке, выставке

Тема 2.3. Выставочные территории Европы и мира: характеристика основных выставочно-конгрессных центров и ярмарок.

Тема 2.4. Выставочные центры России

Тема 2.5. Техника проведения международных аукционов

Тема 2.6. Основные центры международной аукционной торговли.

М2.В.ОД.3 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Цель изучения дисциплины

Овладение магистрантами теоретическими, практическими и научно-исследовательскими знаниями в области международной электронной торговли.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (ПК-4);
- способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12);
- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ. (ПК-13);

Содержание дисциплины

Тема 1. Роль и место международной электронной коммерции в современном мире

Тема 2. Особенности внедрения электронной коммерции в России и зарубежных странах.

Тема 3. Инструментарий электронной коммерции

Тема 4. Стандарты в электронной коммерции

Тема 5. Автоматизированные системы электронной коммерции.

Тема 6. Сущность интернет-маркетинга на мировом рынке.

Тема 7. Безопасность электронной коммерции.

Тема 8. Эффективность электронной коммерции.

Тема 9. Законодательство об авторском праве и средствах индивидуализации к объектам в сети Интернет и международной торговле.

М2.В.ОД.4 РИСКИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЦИИ

Цель изучения дисциплины

Освещение основных положений современной концепции управления риском под углом достижения стратегической цели возрастания стоимости бизнеса.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-6);
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами (ПК-9);
- способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и способностью к реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готов к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);

Содержание дисциплины

Раздел 1. Экономический риск как объект управления

Тема 1. Природа риска

Тема 2. Классификация, идентификация и анализ экономических рисков, их роль и место во внешнеэкономических отношениях.

Тема 3. Методический арсенал управления предпринимательскими рисками.

Тема 4. Мониторинг внешней и внутренней среды в менеджменте риска.

Раздел 2. Концептуальные подходы менеджмента риска по обеспечению финансовой устойчивости компании

Тема 5. Система и структура управления предпринимательскими рисками.

Тема 6. Стратегии риск-менеджмента по осуществлению результативной деятельности компании.

Тема 7. Организация управления рисками в глобальных компаниях.

Раздел 3. Управление коммерческими рисками в международной коммерции.

Тема 8. Риски в международной коммерции.

Тема 9. Управление коммерческими рисками процесса внешнеторговой деятельности.

М2.В.ОД.5 ТРАНСПОРТНО-ТАМОЖЕННАЯ ЛОГИСТИКА

Цель изучения дисциплины

Преподнесение слушателям необходимых знаний в области теории и практики транспортной логистики и её роли в формировании согласования взаимосвязи с таможенными правилами.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3);
- готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (ПК-4);
- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (ПК-6).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Логистическая концепция организации и управления системой перевозок грузов

Тема 1. Значение транспортной логистики

Тема 2. Качество перевозочного процесса

Тема 3. Развитие транспортно-экспедиционных услуг и логистического сервиса

Раздел 2. Стратегия развития основных направлений транспортно-таможенной логистики.

Тема 4. Правовое регулирование перевозки товаров под таможенными печатями

Тема 5. Транспортно-таможенная документация и порядок её оформления.

М2.В.ОД.6 СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Цель изучения дисциплины

Дать студентам все необходимые теоретические знания и практические навыки в области стандартизации и сертификации товаров и услуг для обеспечения эффективности международной торговой деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (ПК-2);
- способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (ПК-7);
- способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готов выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Стандартизация

Тема 1.1. Основные понятия и элементы стандартизации

Тема 1.2. Национальная система стандартизации и ее современная концепция развития в РФ.

Тема 1.3. Порядок разработки нормативно-технических документов по стандартизации.

Тема 1.4. Правовое обеспечение стандартизации.

Тема 1.5. Международная и региональная стандартизация.

Раздел 2. Сертификация товаров и услуг

Тема 2.1. Теоретические основы подтверждения соответствия.

Тема 2. 2. Формы и методы подтверждения соответствия.

Тема 2.3. Порядок проведения сертификации продукции и услуг.

Тема 2.4. Сертификация систем менеджмента качества.

Тема 2.5. Правовые основы подтверждения соответствия в РФ.

Тема 2.6. Состояние и перспективы развития основных форм подтверждения соответствия.

М2.В.ДВ.1.1 МЕЖДУНАРОДНАЯ БИРЖЕВАЯ ТОРГОВЛЯ

Цель изучения дисциплины

Овладение магистрантами теоретическими и практическими основами международного биржевого дела.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3);
- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (ПК-6);
- способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы международной биржевой торговли

Тема 1.1. Биржевой механизм и его место в национальной и международной торговле.

Тема 1.2. Становление и развитие биржевых технологий в мировой торговле.

Тема 1.3. Основы биржевой логистики

Раздел 2. Организация биржевой торговли на мировых рынках

Тема 2.1. Товарная биржа: инфраструктура и технологии.

Тема 2.2. Фондовые биржи. Регулирование рынка ценных бумаг.

Тема 2.3. Деятельность профессиональных участников фондового рынка.

Тема 2.4. Технический анализ. Индексы. Понятие фьючерсного контракта.

Тема 2.5. Международный валютный рынок. Основы биржевых технологий.

Тема 2.6. Основные направления развития бирж в XXI веке.

М2.В.ДВ.1.2 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЛИЗИНГ

Цель изучения дисциплины

Развить у студентов представления о прикладных аспектах формирования лизинговых отношений в сфере международной торговли.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готов выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8);
- подготовленностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9).

Содержание дисциплины

Раздел 1. Стратегический подход к управлению лизинговыми операциями в международной торговле

Тема 1.1. Основные концепции и подходы к организации лизинговыми операциями

Тема 1.2. Место и роль лизинговых операций в системе стратегического планирования бизнес-организаций

Тема 1.3. Стратегический подход к управлению лизинговыми операциями

Раздел 2. Актуальные проблемы и тенденции в управлении лизинговыми операциями в сфере международной торговли

Тема 2.1. Теоретические аспекты и практика управления лизинговыми операциями

Тема 2.2. Современные технологии лизинга в сфере международной торговли

М2.В.ДВ.2.1 ЛОГИСТИЧЕСКОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

Цель изучения дисциплины

Ознакомление с теорией и основными навыками в области логистического управления, которые могут помочь в практической работе предпринимателю, маркетологу, менеджеру.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (ПК-2);
- способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готов выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8);
- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11).

Содержание дисциплины

Тема 1. Роль логистического администрирования в коммерческом процессе

Тема 2. Тенденции развития административной логистики

Тема 3. Организация логистического обслуживания потребителей фирмы

Тема 4. Управление персоналом подразделений логистики

Тема 5. Проектирование информационных потоков коммерческой фирмы

Тема 6. Экспертиза принятых проектных решений в области логистического администрирования

Тема 7. Развитие организационно-структурных форм управления

Тема 8. Современные формы интеграции организаций

Тема 9. Структурная перестройка организации

М2.В.ДВ.2.2 ЛОГИСТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В КОММЕРЦИИ

Цель изучения дисциплины

Ознакомление с теорией и основными навыками в области информационной логистики, которые могут помочь в практической работе предпринимателю, маркетологу, менеджеру.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (ПК-6);
- подготовленностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9);
- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13).

Содержание дисциплины

- Тема 1. Роль информации в коммерческой деятельности
- Тема 2. Информационные потоки в логистической системе
- Тема 3. Информационные логистические системы
- Тема 4. Задачи и функции информационной логистики
- Тема 5. Проектирование информационных потоков коммерческой фирмы
- Тема 6. Информационная инфраструктура
- Тема 7. Информационное обеспечение логистической деятельности
- Тема 8. Информационная логистика в структуре глобальной экономики
- Тема 9. Тенденции развития информационной логистики