

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**



ПОТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.В. Дрожжина

27 » 01 2022 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**УКРУПНЕННАЯ ГРУППА НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ
38.00.00 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
МАГИСТРАТУРА**

**РАЗРАБОТЧИКИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА: ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

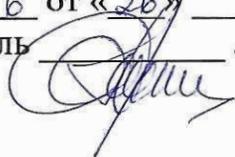
Заведующая кафедрой
маркетинга и торгового дела  Е.М. Азарян

Доцент кафедры маркетинга
и торгового дела  И.М.Рвачёва

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
(протокол № 14 от 21.01.2022г.)

Рассмотрено на заседании Ученого совета факультета маркетинга, торговли и
таможенного дела
(протокол №5 от 25.01.2022г.)

ОДОБРЕНО

на Учебно-методическом совете Университета
(протокол 6 от «26» 01 2022 г.)
Председатель  Л.А. Омелянович

© Коллектив авторов, 2022

© ГО ВПО ДОННУЭТ имени Михаила Туган-
Барановского, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	5
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего (ОПОП ВО)	5
1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку основной образовательной программы магистратуры	5
1.3. Перечень сокращений	7
РАЗДЕЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	7
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	7
2.1.1. Область профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускника	7
2.1.2. Тип (типы) задач профессиональной деятельности выпускников	8
2.1.3. Объекты (или области знаний) профессиональной деятельности выпускников	8
2.2. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)	8
2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО и ГОС ВПО	9
2.4. Описание трудовых функций в соответствии с профессиональными стандартами	10
РАЗДЕЛ 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО	10
3.1. Цель (миссия) и задачи ОПОП ВО	10
3.2. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция	11
3.3. Направленность (профиль) образовательной программы в рамках направления подготовки	11
3.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ	11
3.5. Объем (трудоемкость) программы	12
3.6. Формы обучения	12
3.7. Срок получения образования	12
3.8. Язык реализации программы	12
3.9. Использование сетевой формы реализации образовательной программы	12
3.10. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (при наличии)	13
3.11. Адаптация образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии)	13
РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО	13
4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками	13

обязательной части	
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	13
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	14
4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	15
4.1.4. Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	16
4.2. Матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП ВО	19
РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО	19
5.1. Структура и объем программы	19
5.2. Объем обязательной части образовательной программы	19
5.3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса	20
5.3.1. Учебный план	20
5.3.2. Календарный учебный график	21
5.3.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)	21
5.3.4. Программы практик	60
5.3.5. Фонды оценочных средств (материалов) для промежуточной аттестации по учебной дисциплине (модулю) и практике	61
5.3.6. Программа государственной итоговой аттестации	61
РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП ВО	62
6.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата	62
6.1.1. Материально-технические условия реализации ОПОП ВО	62
6.1.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ОПОП ВО	64
6.2. Кадровые условия реализации ОПОП ВО	69
6.3. Характеристика социально-культурной среды Университета, обеспечивающей формирование универсальных компетенций	70
6.4. Финансовые условия реализации ОПОП ВО	73
РАЗДЕЛ 7. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	74
ПРИЛОЖЕНИЯ	76

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной образовательной программы высшего профессионального образования (ОПОП ВО)

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее - ОПОП ВО) магистратуры, реализуемая ГО ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО» (далее – Университет) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) и Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (далее – ГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки, с учетом требований профессионального стандарта, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы.

ОПОП ВО представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-методических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, программ учебных дисциплин (модулей), рабочих программ учебных дисциплин (модулей), программ практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов, определяющих цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации учебно-воспитательного процесса.

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа Электронная коммерция включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также оценочные и методические материалы.

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы бакалавриата

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП ВО составляют:

- Закон Донецкой Народной Республики от 19.06.2015 г. №55-ІНС «Об образовании» с учетом изменений внесенных Законами от 04.03.2016 г. № 111-ІНС, от 03.08.2018 г. № 249-ІНС, от 12.06.2019 г. № 41-ІНС, от 18.10.2019 г. № 64-ІНС, от 13.12.2019 г. №75- ІНС, от 06.03.2020 г. № 107- ІНС, от 31.03.2020 г. №116-ІНС; от 11.09.2020 № 187-ІНС; от 24.09.2020 № 197-ІНС;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. №954;

- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 24.11.2017 г. №1254 «Об утверждении Порядка формирования перечней направлений подготовки и специальностей высшего профессионального образования и сопоставлений направлений подготовки и специальностей образовательных программ высшего профессионального образования: бакалавриата, магистратуры, специалитета»;

- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10 ноября 2017г. №1171 «Об утверждении Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», с изменениями, внесенными приказами Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 03.05.2019 № 567;

- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 14.08.2017 г. № 829 «Об утверждении образовательных программ в образовательных организациях высшего профессионального образования с применением электронного обучения и дистанционных технологий»;

- Типовое положение «О практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденное приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 16.12.2015 г. № 911, с изменениями, внесенными приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 22.09.2017 № 978

- Концепция развития инклюзивного образования, утвержденная приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 11.04.2018 г. № 318;

- Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации выпускников организаций высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденный Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики от 22.12.2015 г. № 922, с изменениями, внесенными приказами Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 03.10.2016 № 1020, от 18.05.2020 № 72-НП;

- Устав ГО ВПО «Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», утвержденный приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 14.03.2019 г. № 332;

- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 12.08.2015 г. №398 «О внедрении учебной дисциплины «Русский язык и культура речи» в образовательных организациях высшего профессионального образования»;

- Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 15.02.2016 г. №140 «О внедрении дисциплин социально-гуманитарного цикла в образовательных организациях высшего профессионального образования» с учетом изменений, внесенных Приказом от 21.03.2016 г. №236;

- Устав ГО ВПО «Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», утвержденный приказом

Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 14.03.2019 г. № 332;

- иные локальные акты Университета.

1.3. Перечень сокращений

ГОС ВО – государственный образовательный стандарт высшего образования;
з.е. – зачетная единица;
ИДК – индикатор достижения компетенции;
ИСУОО – информационная система управления образовательной организацией;
НИР – научно-исследовательская работа;
ОВЗ – ограниченные возможности здоровья;
ОПК – общепрофессиональная компетенция;
ОТФ – обобщенная трудовая функция;
ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования;
ПК – профессиональная компетенция;
ПООП – примерная основная образовательная программа;
ТД – трудовые действия;
ТФ – трудовая функция;
УК – универсальная компетенция;
ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
ЭИОС – электронная информационно-образовательная среда.

РАЗДЕЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

2.1.1 Область профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускника

Область (области) и сфера (сферы) профессиональной деятельности, в которых могут работать выпускники, освоившие программу магистратуры:

01 Образование и наука (в сферах: образования; научных исследований);

08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микроуровне и макроуровне в экспертно-аналитических службах (центрах экономического анализа, правительственном секторе, общественных организациях); производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, и оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение продукции и услуг на рынок, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью; кредитования; страхования, включая пенсионное и социальное; операций на финансовых рынках, включая управление

финансовыми рисками; внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита, финансового консультирования; консалтинга).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.1.2. Тип (типы) задач профессиональной деятельности выпускников

Перечень типов задач профессиональной деятельности выпускников:

- аналитический;
- научно-исследовательский;
- организационно-управленческий

2.1.3. Объекты (или области знаний) профессиональной деятельности выпускников

Перечень основных объектов (или областей знаний) профессиональной деятельности выпускников:

- образовательные программы и учебно-методические материалы;
- функционирование экономических субъектов деятельности;
- экономическая, внешнеэкономическая, финансовая политики и стратегия развития;
- система экономических и социально-экономических показателей;
- экономическая и финансовая деятельность;
- финансовая и экономическая информация;
- финансы субъектов предпринимательства;
- экономическая и финансовая информация;
- научная и отчетная документация.

2.2. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
1	2	3	4
08 Финансы и экономика	Аналитический	<ul style="list-style-type: none"> - исследование и анализ динамики экономических показателей деятельности торговых предприятий и организаций, торговой индустрии и сферы обращения в целом; - подготовка экспертных заключений на основе полученных результатов 	Экономическая и финансовая деятельность

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
1	2	3	4
		анализа; анализ существующих форм и форматов организации торговой деятельности; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; - оценка эффективности торгово-экономических и торгово-технологических процессов торговых организаций и пред-приятий	
	Организационно-управленческий	- разработка и реализация стратегических и тактических управленческих решений по объектам профессиональной деятельности; - разработка и реализация торговой политики предприятий и организаций; - организация и управление торговыми предприятиями и организациями и организация, коммерческими службами и подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности	функционирование экономических субъектов деятельности Финансовая и экономическая информация
	Научно-исследовательский	- организация и проведение научных исследований - разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов	Система экономических и социально-экономических показателей

2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО и ГОС ВО

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
08 Финансы и экономика		
1	08.026	Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 г. № 625 н (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации)

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
		07 октября 2015 г., регистрационный № 39210)
2	08.035	Профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397)
3	08.037	Профессиональный стандарт "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 года № 592н (В редакции, введенной в действие с 20 января 2019 года приказом Минтруда России от 14 декабря 2018 года № 807н.) (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 11 октября 2018 года, регистрационный № 52408)
4	08.040	Профессиональный стандарт "Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги", утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 3 декабря 2019 года № 764н (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 2 июня 2020 года, регистрационный № 58541)

2.4. Описание трудовых функций (ОТФ) в соответствии с профессиональными стандартами

Перечень ОТФ и ТФ, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция, представлен в Приложении 1.

РАЗДЕЛ 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО

3.1. Цель (миссия) и задачи ОПОП ВО

Главной целью ОПОП ВО является подготовка квалифицированных кадров в области Образования и Финансов и экономики посредством формирования у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и ГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция, а также развитие профессионально важных качеств личности, позволяющих реализовать сформированные компетенции в эффективной профессиональной деятельности по профилю подготовки.

В области воспитания целью ОПОП ВО является формирование социально-личностных качеств: толерантность, дружелюбие, ответственность, гражданственность, развитие общей культуры у обучающихся.

В области обучения целью ОПОП ВО является:

- формирование у выпускников компетенций, установленных ФГОС ВО, ГОС ВПО, ПООП и настоящей ОПОП ВО, необходимых для успешного выполнения профессиональной деятельности в области Образования и Финансов и

экономики;

- формирование способности приобретать новые знания, готовности к самосовершенствованию и непрерывному профессиональному образованию и саморазвитию;

- обеспечение многообразия образовательных возможностей обучающихся;

- обеспечение подготовки выпускников, способных активно выстраивать гибкую индивидуальную траекторию профессиональной карьеры, учитывающую специфику и изменчивость условий рынка труда для областей деятельности по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа Электронная коммерция основана на компетентностном подходе к ожидаемым результатам обучения и ориентирована на решение следующих задач:

- направленность на многоуровневую систему образования и непрерывность профессионального развития;

- обеспечение обучающимися выбора индивидуальной образовательной траектории;

- практико-ориентированное обучение, позволяющее сочетать фундаментальные знания с практическими навыками по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция, учитывающие требования профессионального стандарта (стандартов).

- формирование готовности выпускников Университета к активной профессиональной и социальной деятельности.

3.2. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы бакалавриат по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция

Абитуриент должен иметь документ установленного (установленного государством) образца о полученном ранее образовании.

3.3. Направленность (магистерская программа) образовательной программы в рамках направления подготовки

Направленность (профиль) программы магистратуры в рамках направления подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция

3.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы по электронной коммерции - магистр.

3.5. Объем (трудоемкость) программы

Объем образовательной программы составляет 120 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации

программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану и включает все виды контактной (аудиторной, практики, НИР и др.) и самостоятельной работы обучающихся и время, отводимое на контроль качества освоения обучающимся ОПОП ВО.

3.6. Формы обучения

Формы обучения по образовательной программе магистратуры - очная.

Использование сетевой формы реализации образовательной программы – нет.

Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий – да.

Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.7. Срок получения образования

Срок получения образования (вне зависимости от применяемых образовательных технологий): в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года. Объем образовательной программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

в заочной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на один год по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения на основании решения Ученого Совета организации.

при заочной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет от 4 лет 6 месяцев до 5 лет;

при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок обучения может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным ФГОС ВО и ГОС ВПО для соответствующей формы обучения.

Объем образовательной программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

3.8. Язык реализации программы

Образовательная программа бакалавриата реализуется на государственном языке Донецкой Народной Республики – русском языке.

3.9. Использование сетевой формы реализации образовательной программы

Не реализуется.

3.10. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (при наличии)

Часть учебных дисциплин реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий на платформе Moodle.

3.11. Адаптация образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии)

Основная образовательная программа бакалавриата частично адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

В результате освоения ОПОП ВО у выпускника должны быть сформированы все компетенции, установленные программой магистратуры: универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Совокупность компетенций, установленных образовательной программой, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в таких областях профессиональной деятельности, как: 01 Образование, 08 Финансы и экономика.

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
		ИДК-2 _{УК-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.
		ИДК-3 _{УК-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1 _{УК-2} Понимает принципы проектного подхода к управлению.
		ИДК-2 _{УК-2} Демонстрирует способность управления проектами.
		ИДК-3 _{УК-2} Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
		дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1 _{УК-3} Понимает и знает особенности формирования эффективной команды.
		ИДК-2 _{УК-3} Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия.
		ИДК-3 _{УК-3} Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1 _{УК-4} Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия).
		ИДК-2 _{УК-4} Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные.
		ИДК-3 _{УК-4} Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 _{УК-5} Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		ИДК-2 _{УК-5} Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		ИДК-3 _{УК-5} Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1 _{УК-6} Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
		ИДК-2 _{УК-6} Проводит оценку своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования.
		ИДК-3 _{УК-6} Оценивает предложения рынка труда с целью определения приоритетов профессионального развития

4.1.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
Теоретическая фундаментальная	ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой	ИД-1 _{ОПК-1} Решает профессиональные задачи в торгово-экономической,

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
подготовка	теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, организационной, технологической и административно-управленческой сферах	торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сфере на основе знаний экономической и управленческой теории. ИД-2 _{опк-1} Решает практические и (или) исследовательские задачи в торгово-экономической, организационной, технологической и административно-управленческой сферах с применением знаний экономической и управленческой теории
Информационно-аналитическая поддержка принятия решения	ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ИД-1 _{опк-2} Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных. ИД-2 _{опк-2} Использует полученные данные для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
Экономическая культура	ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ИД-1 _{опк-3} Критически оценивает результаты научных исследований. ИД-2 _{опк-3} Обосновывает приоритетные направления развития сферы обращения
Аналитическая фундаментальная подготовка	ОПК-4. Способен применять экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения профессиональной деятельности	ИД-1 ОПК-4 Подготавливает экономическое и финансовое обоснование стратегических управленческих решений ИД-2 ОПК-4 Принимает обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности
Информационная культура	ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ИД-1 ОПК-5 Использует современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы. ИД-2 ОПК-5 Решает профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств

4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (при наличии)

Не предусмотрены примерной основной образовательной программой.

4.1.4. Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и

индикаторы их достижения

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)	
Тип задач профессиональной деятельности: аналитический					
<p>- исследование и анализ динамики экономических показателей деятельности торговых предприятий и организаций, торговой индустрии и сферы обращения в целом;</p> <p>- подготовка экспертных заключений на основе полученных результатов анализа; анализ существующих форм и форматов организации торговой деятельности; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;</p> <p>- оценка эффективности торгово-экономических и торгово-технологических процессов торговых организаций и предприятий</p>	Экономическая и финансовая деятельность	ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИД-1 _{ПК-1} Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров	Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок»	
			ИД-2 _{ПК-1} Использует инновационные системы закупок и продаж товаров		
			ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-2} Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт «Бизнес-аналитик»
				ИД-2 _{ПК-2} Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт «Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги»
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий					
<p>- разработка и реализация стратегических и тактических управленческих решений по объектам профессиональной деятельности;</p>	Финансовая и экономическая информация	ПК-3 Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать	ИД-1 _{ПК-3} Анализировать техно-логический процесс как объект управления, находить управленческие решения в области профессиональной	Профессиональный стандарт «Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги»	

- разработка и реализация торговой политики предприятий и организаций; - организация и управление торговыми предприятиями и организациями и организация, коммерческими службами и подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности		управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	деятельности ИД-2 _{ПК-3} Систематизировать и обобщать информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ресурсов предприятия, в том числе в оперативном режиме и в ситуациях риска	
	Функционирование экономических субъектов деятельности	ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт «Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги»
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский				
- организация и проведение научных исследований - разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов	Система экономических и социально-экономических показателей	ПК-5 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИД-1 _{ПК-5} Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий ИД-2 _{ПК-5} Прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	Система экономических и социально-экономических показателей	ПК-6 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития	ИД-1 _{ПК-6} Проводить исследования профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт «Маркетолог»

		<p>профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы</p>	<p>ИД-2ПК-6 Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности</p>	
<p>Функционирование экономических субъектов деятельности</p>	<p>ПК-7. Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ИДК-1 ПК-7. Знать особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем ИДК-2 ПК-7. Знать особенности функционирования современных социальных медиа ИДК-3 ПК-7. Уметь планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Анализ отечественного и зарубежного опыта</p>	
	<p>ПК-8. Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ИДК-1 ПК-8 . Знать принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика) ИДК-2 ПК-8 . Уметь взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии</p>	<p>Анализ отечественного и зарубежного опыта</p>	

			продвижения проекта ИДК-3 ПК-8 . Уметь контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
--	--	--	---	--

4.2. Матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП ВО

Матрица компетенций – обязательный элемент ОПОП ВО, соединяющий образовательную программу и ФГОС ВО, ГОС ВО в части результатов освоения образовательной программы.

Матрица компетенций отражает процесс реализации универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника при реализации учебных дисциплин (модулей), практик и государственной итоговой аттестации.

Матрица компетенций представлена в Приложениях 2,3.

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО

5.1. Структура и объем программы

5.2. Структура и объем программы

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
БЛОК 1	Дисциплины (модули)	не менее 51 з.е.
	Обязательная часть:	23 з.е.
	Часть ОПОП ВО, формируемая участниками образовательных отношений	48 з.е.
БЛОК 2	Практика	не менее 16 з.е.
	Обязательная часть:	-
	Часть ОПОП ВО, формируемая участниками образовательных отношений	45 з.е.
БЛОК 3	Государственная итоговая аттестация:	не менее 6
	Государственный экзамен	1,5 з.е.
	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы	7,5 з.е.
Объем программы		<i>120 з.е.</i>

5.2. Объем обязательной части образовательной программы

Структура обязательной части программы	Объем в з.е./%
1. Дисциплины, указанные в ФГОС ВО и ГОС ВО	
2. Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, в соответствии с приказами Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, Университета	
2.1. История культуры России	3,0/2,5
2.2. Методология и методы научных исследований	3,0/2,5
2.3. История и философия науки	3,0/2,5
2.4. Педагогика высшей школы	2,0/1,67
2.5. Охрана труда в отрасли	1,0/0,83
3. Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПОПОП в качестве обязательных	
3.1 Инновационно-информационные технологии в сфере торговли	3,0/2,5
3.2 Конъюнктура рынков товаров и услуг	3,0/2,5
3.3 Стратегический маркетинг	6,0/5,0
Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации	23,0/19,0
Объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками	Не предусмотрено ФГОС ВО и ГОС ВО

5.3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП ВО магистратуры регламентируется: учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных курсов, дисциплин (модулей), программами практик, другими материалами, иными компонентами, включенными в состав образовательной программы по решению Учебно-методического совета Университета, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; а также оценочными и методическими материалами.

5.3.1. Учебный план

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения блоков и разделов образовательной программы (учебных дисциплин (модулей), практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость учебных дисциплин (модулей), практик в зачетных единицах, указываются виды учебной работы, формы промежуточной аттестации, а также объем контактной работы в аудиторных часах.

В обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» указан перечень учебных дисциплин (модулей), представленных в п. 5.2. ОПОП ВО и являющихся обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от направленности (профиля, магистерской программы, специализации).

В части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», представлены перечень и последовательность учебных дисциплин (модулей), направленных на формирование рекомендуемых профессиональных компетенций и (или) профессиональных компетенций, установленных разработчиком ОПОП ВО самостоятельно.

В соответствии с ФГОС ВО и ГОС ВО, обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Образовательная программа по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция содержит элективные дисциплины (модули), в объеме 432 часа.

Образовательная программа по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция не содержит факультативные дисциплины (модули), в объеме 4 з.е.

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы бакалавриата по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа Электронная коммерция

5.3.2. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указана последовательность реализации ОПОП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

5.3.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

В целях организации и проведения учебного процесса по программе бакалавриата разработаны и утверждены 79 рабочих программ учебных дисциплин.

Рабочие программы учебных дисциплин разработаны в соответствии с Программами учебных дисциплин по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция

Учебная дисциплина

М.1.Б.1 «История культуры России»

(Разработчик: Ромадыкина В.С.)

Цель учебной дисциплины:

формирование понимания основных тенденций и особенностей развития культуры в ее конкретно-исторических формах, раскрытие специфики развития культуры России на протяжении от первобытного общества – до начала XXI вв., выявление преемственности российской культуры в условиях коренных изменений политической и социально-экономической системы в России (средневековой, имперской и советской), выявление основных особенностей отечественной культуры, ее роли в становлении Донецкого региона, формировании его специфики. Изучение конкретно-исторических форм культуры в контексте основных этапов истории Донбасса как неотъемлемой части Русского мира и зоны межкультурного, межэтнического, межконфессионального и межцивилизационного взаимодействия. Изучение и анализ основных закономерностей культурного развития, усвоение системы знаний о культуре России как части мировой культуры.

Задачи учебной дисциплины:

систематизация ранее полученных знаний по истории культуры России; формирование у студентов всестороннего интереса к истории культуры, дополняющего и обогащающего их профессиональное образование; формирование представления о методологических основах и истории изучения культуры, формирование понимания сути культурно-исторических процессов прошлого и настоящего, их объективного характера; формирование представления о вкладе культуры России в сокровищницу мировой культуры; обучение применению терминологического инструментария по истории материальной и духовной культуры России; выявление взаимосвязи, взаимовлияния и своеобразия традиционных культур народов, проживающих на территории Российской Федерации и Донбасса; формирование ощущения причастности к тысячелетней истории отечественной и мировой культуры, патриотических и морально-этических убеждений; обучение практическим навыкам и умениям использовать полученные знания в будущей профессиональной деятельности.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
<i>1</i>	<i>2</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. ИДК-2 _{УК-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации. ИДК-3 _{УК-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 _{УК-5} Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-2 _{УК-5} Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-3 _{УК-5} Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Теоретические основы курса.

Тема 2. История первобытной культуры. Культура древних славян. Культурные процессы на территории России в древности.

Тема 3. Древнерусская культура IX-XIII вв. Культура Киевской Руси.

Тема 4. Культура России второй половины XIII – XVII вв. Русская культура Московского царства.

Тема 5. Культура в условиях радикального преобразования Российского общества XVIII в. Культура периода Петербургской империи.

Тема 6. Подъем российской культуры в XIX в. Золотой век русской культуры.

Тема 7. Культурные процессы Российской империи в конце XIX – начале XX в. «Серебряный век» русской литературы и искусства.

Тема 8. Становление и развитие советской культуры в 1917-1941 гг. Советская культура в годы Великой Отечественной войны.

Тема 9. Культурные процессы в СССР в период восстановления мирной жизни и «оттепели». Социокультурная ситуация 1960-1990 гг.

Тема 10. Культурные процессы, сложности и противоречия постсоветского периода (1990-е годы).

Тема 11. Художественная жизнь Донбасса (вторая половина XX – начало XXI вв.)

Тема 12. Культура современной России. Проблемы мировой и отечественной культуры.

Учебная дисциплина

М.1.Б.2 «Методология и методы научных исследований»

(Разработчик: Кузьменко С.С.)

Цель учебной дисциплины:

изучение и освоение студентами методологии и навыков научно-исследовательской работы

Задачи учебной дисциплины:

формирование у студентов методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научных исследований; овладение методологией и методами научных исследований, а также способами их организации; формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования; совершенствование умений интерпретации результатов научных исследований с целью разработки перспективных направлений дальнейших исследований; воспитание нравственных качеств, привитие этических норм в процессе осуществления научного исследования.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1 _{УК-6} Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
	ИДК-2 _{УК-6} Проводит рефлексию своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования.
	ИДК-3 _{УК-6} Оценивает предложения рынка труда с

	целью определения приоритетов профессионального развития
ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ИДК-1 _{ОПК-3} Критически оценивает результаты научных исследований. ИДК-2 _{ОПК-3} Обосновывает приоритетные направления развития сферы обращения
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ИДК-1 ПК-5 Использует современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы. ИДК-2 _{ОПК-5} Решает профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Концептуальные основы и специфика научного исследования.
Тема 2. Методология научного исследования.
Тема 3. Методы научного исследования.
Тема 4. Основные этапы и формы процесса научного исследования.
Тема 5. Работа над написанием научных статей, монографии, научных докладов, тезисов докладов, научных докладов.
Тема 6. Педагогическая, научно-исследовательская и научно-производственная практики.
Тема 7. Эффективность результатов научных исследований и ее критерии.
Тема 8. Подготовка научных и научно-педагогических кадров. Аспирантура и докторантура.

Учебная дисциплина

М.1.Б.3 «История и философия науки»

(Разработчик: Сухина И.Г.)

Цель учебной дисциплины:

предоставить обучающимся знание и понимание сущности науки как формы духовного производства и общественного сознания в ее становлении, историческом развитии и современном состоянии (в связи с НТП/НТР), а также в ее гносеолого-методологических основаниях и началах (в связи со спецификой научно-исследовательской деятельности).

Задачи учебной дисциплины:

предоставление обучающимся и соответствующее усвоение ими специальных знаний о науке как социокультурном феномене, социальном институте, форме духовного производства и общественного сознания; об отраслевой специфике науки и научного знания; о философских основаниях науки; об истории становления и развития науки в связи с НТП и НТР; о предмете, круге проблем, функциях и значении философии науки; об истории развития и современном состоянии философии науки; о научной рациональности и научной картине мира, об их исторических типах в соответствии с основными этапами исторического развития

науки; о специфике научного познания/научно-исследовательской деятельности; о гносеологических возможностях научного познания; о методологии научного познания; о соотношении философского, научного и вненаучного знания; обеспечение освоения основных категорий философии науки.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИДК-1 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. ИДК-2 _{УК-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации. ИДК-3 _{УК-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Наука как предмет философии/философии науки.
- Тема 2. Научное познание как форма деятельности.
- Тема 3. Методология научного познания.
- Тема 4. Научное мировоззрение и научная картина мира.
- Тема 5. Позитивизм и его течения как современная философия науки.
- Тема 6. Наука как социокультурный феномен.
- Тема 7. Доклассический этап развития науки.
- Тема 8. Классический, неклассический, постнеклассический этапы развития науки.
- Тема 9. Научная рациональность и ее исторические типы.
- Тема 10. Наука и научно-технический прогресс.

Учебная дисциплина

М.1.Б.4 «Педагогика высшей школы»

(Разработчик: Ромадыкина В.С.)

Цель учебной дисциплины:

формирование педагогической позиции магистра, обуславливающей творческое проявление его личности как будущего преподавателя

Задачи учебной дисциплины:

содействие формированию профессионально-педагогического мышления магистрантов; ознакомление с современными трактовками предмета психологии и педагогики высшего образования, а также с основными тенденциями развития высшей школы на современном этапе; реализация основных образовательных программ и учебных планов высшего образования на уровне, отвечающем государственным образовательным стандартам; разработка и применение современных образовательных технологий, выбор оптимальной стратегии преподавания и целей обучения, создание творческой атмосферы образовательного процесса; выявление взаимосвязей научно-исследовательского и учебного процессов в высшей школе; использование результатов научных исследований для

совершенствования образовательного процесса; формирование профессионального мышления, воспитание гражданственности, развитие системы ценностей, смысловой и мотивационной сфер личности, направленных на гуманизацию общества; проведение исследований частных и общих проблем высшего образования.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1 _{ук-3} Понимает и знает особенности формирования эффективной команды. ИДК-2 _{ук-3} Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия. ИДК-3 _{ук-3} Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Теоретико-методологические проблемы обучения в высшей школе.

Тема 2. Концептуальные основания, стратегии и технологии образовательного процесса.

Тема 3. Процесс обучения в высшей школе.

Тема 4. Содержание образования в высшей школе.

Тема 5. Методы и формы организации образовательного процесса.

Тема 6. Педагогические технологии.

Тема 7. Учебный процесс в высшей школе.

Тема 8. Педагогический мониторинг и оценка качества высшего образования.

Тема 9. Сущностные характеристики и особенности процесса воспитания в высшей школе

Учебная дисциплина

М.1.Б.5. «Инновационно-информационные технологии в сфере торговли»

(Разработчик: Мейдер Е.В.)

Цель учебной дисциплины: Подготовка обучающихся к решению профессиональных задач, связанных с использованием инновационно-информационных технологий в сфере торговли, включая вопросы сбора, обработки, анализа и систематизации информации в профессиональной области.

Задачи учебной дисциплины: Формирование у обучающихся представления о роли современных инновационно-информационных технологий в сфере торговли, а также навыков применения современных информационных технологий для решения профессиональных задач.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
---------------------------------------	---

1	2
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ИД-1 _{ОПК-2} Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных.
	ИД-2 _{ОПК-2} Использует полученные данные для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ИД-1 _{ОПК-5} Использует современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы.
	ИД-2 _{ОПК-5} Решает профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Особенности и роль инновационно-информационных технологий в сфере торговли.

Тема 2. Использование информационно-поисковых систем при подборе потенциального поставщика.

Тема 3. Презентация деятельности торговой компании посредством мультимедийных технологий.

Тема 4. Создание аналитических отчетов при выборе поставщика средствами табличного процессора MS Excel.

Тема 5. Основные характеристики и возможности пакета 1С:Управление торговлей.

Тема 6. Настройка пользовательского интерфейса 1С:Управление торговлей. Заполнение справочников и классификаторов.

Тема 7. Проведение маркетинговых мероприятий в 1С:Управление торговлей.

Тема 8. Работа с базой данных торгового предприятия в 1С:Управление торговлей.

Учебная дисциплина

М.1.Б.6. «Конъюнктура рынков товаров и услуг»

(Разработчик: Мелентьева О.В.)

Цель учебной дисциплины: формирование готовности обучающегося к реализации компетенций, позволяющих успешно решать профессиональные задачи практической оценки рыночной конъюнктуры товаров и услуг, а также для формировании знаний, умений и навыков в области, связанной с научно-исследовательской и преподавательской деятельностью на рынке товаров и услуг.

Задачи учебной дисциплины: получение необходимых теоретических знаний, приобретение умений и практических навыков в области оценки рыночной конъюнктуры товаров и услуг; приобретение студентами аналитического мышления для проведения информационно-аналитических исследований внешней и внутренней среды предприятий; расширение знаний об особенностях формирования рыночной конъюнктуры рынков товаров и услуг, а также получение практических навыков комплексного анализа конъюнктуры конкретных рынков.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
<i>1</i>	<i>2</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИДК-1 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.
	ИДК-2 _{УК-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.
	ИДК-3 _{УК-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ИД-1 _{ОПК-2} Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных.
	ИД-2 _{ОПК-2} Использует полученные данные для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.
ПК-5 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИД-1 _{ПК-5} Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий.
	ИД-2 _{ПК-5} Прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий.

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Методологические основы оценки рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Тема 2. Рыночная конъюнктура товаров и услуг: сущность и факторы формирования.

Тема 3. Основы конъюнктурных исследований рынков товаров и услуг.

Тема 4. Источники конъюнктурной информации.

Тема 5. Анализ деятельности участников рынков товаров и услуг.

Тема 6. Показатели рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Тема 7. Индексы рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Тема 8. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании рынков.

Тема 9. Прикладное значение конъюнктурного анализа.

Учебная дисциплина

М.1.Б.7 «Стратегический маркетинг»

(Разработчик: Рвачева И.М.)

Цель учебной дисциплины: формирование системы знаний в области организации и технологии осуществления стратегического маркетинга, приобретения умений разрабатывать и обосновывать маркетинговые стратегии.

Задачи учебной дисциплины: – осуществлению процесса управления стратегическим маркетингом, стратегического маркетингового планирования и контроля; – формулировке и выбору наиболее перспективных базовых стратегий роста организации; – проведению аудита маркетинговой среды; – оценке эффективности осуществления маркетинговых функций на стратегическом и тактическом уровнях; – оценке привлекательности целевых рынков/сегментов; – подготовке концепций позиционирования организации/марки на целевых сегментах;

– оценке конкурентных позиций организации и разработке эффективных конкурентных стратегий; – разработке маркетинговых стратегий с учетом стадий жизненного цикла рынка.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1 _{ук-3} Понимает и знает особенности формирования эффективной команды. ИДК-2 _{ук-3} Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия. ИДК-3 _{ук-3} Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды
ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ИДК-1 _{опк-3} Критически оценивает результаты научных исследований. ИДК-2 _{опк-3} Обосновывает приоритетные направления развития сферы обращения

Наименование тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Основы стратегического маркетинга

Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга

Тема 2. Анализ маркетинговой среды

Смысловой модуль 2. Стратегический анализ предприятия

Тема 1. Определение конкурентных преимуществ.

Тема 2. Маркетинговые стратегии сегментации и выбора целевого рынка.

Тема 3. Маркетинговые стратегии роста.

Смысловой модуль 3. Формирование маркетинговых стратегий.

Тема 1. Маркетинговые стратегии дифференциации и позиционирования.

Тема 2. Маркетинговые конкурентные стратегии.

Смысловой модуль 4. Потребительская ценность товара как ключевой фактор стратегического маркетинга

Тема 1. Определение потребительской ценности на основе модели Кано

Тема 2. Матрица Симона «объективное/субъективное качество»

Смысловой модуль 5. Методологический инструментарий стратегических позиций предприятия.

Тема 1. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании. Матрица "привлекательность отрасли/ позиция в конкуренции"

Тема 2. Оценка стратегического ядра фирмы на основе матрицы Хинтерхубера. Выводы и возможные "ловушки" матричного анализа портфеля СЗХ.

Смысловой модуль 6. Оценка эффективности и выбор оптимальной стратегии маркетинга.

Тема 1. Стратегические маркетинговые модели: их краткая характеристика. Возможные альтернативы маркетинговых стратегий на корпоративном уровне.

Тема 2. Организационные аспекты процедуры выбора маркетинговой стратегии. Методологическая последовательность формирования стратегии маркетинга.

Учебная дисциплина
М.1.Б.8. «Охрана труда в отрасли»
(Разработчик: Ржесик К.А.)

Цель учебной дисциплины:

обучение студентов, будущих руководителей и организаторов в сфере управления методам и способам обеспечения безопасности; сохранения здоровья и трудоспособности человека в процессе труда на предприятиях, в учреждениях, организациях, особенностях этих мероприятий для рабочего места именно этой отрасли.

Задачи учебной дисциплины:

ознакомление с основными положениями трудового законодательства, особенностями управления охраной труда на предприятиях и учреждениях; предоставление знаний, освещающих вопросы производственной санитарии в структурных подразделениях, способов нормализации санитарно-гигиенических условий труда, методов и способов обеспечения безопасности производственного оборудования и производственных процессов, пожарной безопасности.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1 _{ук-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними ИДК-2 _{ук-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации. ИДК-3 _{ук-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1 _{ук-6} Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста. ИДК-2 _{ук-6} Проводит рефлексию своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования. ИДК-3 _{ук-6} Оценивает предложения рынка труда с целью определения приоритетов профессионального развития

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Организация и управление охраной труда.

Тема 2. Анализ условий труда на рабочих местах.

Тема 3. Нормализация производственной среды и трудового процесса на предприятиях отрасли.

- Тема 4. Анализ причин травматизма и профессиональных заболеваний в отрасли.
 Тема 5. Пути улучшения условий и повышение безопасности труда в отрасли.
 Тема 6. Факторы пожаровзрывоопасности, технические решения по устранении.
 Тема 7. Обеспечение пожарной безопасности.

Учебная дисциплина
М.1.В.1 «Трудовое право»
(Разработчик: Кондратьев В.А.)

Цель учебной дисциплины: сформировать представление о становлении и развитии государственно-правовых явлений в сфере труда, категорий, механизма осуществления трудовых прав, системы трудовых и тесно связанных с трудовыми правоотношений в целом.

Задачи учебной дисциплины: развитие правовой и политической культуры обучающихся; формирование культурно-ценностного отношения к праву, закону, социальным ценностям правового государства; выработка способностей к теоретическому анализу правовых ситуаций, навыков реализации своих прав в социальной сфере в широком правовом контексте.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1 _{УК-2} Понимает принципы проектного подхода к управлению. ИДК-2 _{УК-2} Демонстрирует способность управления проектами. ИДК-3 _{УК-2} Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Понятие и источники трудового права
- Тема 2. Понятие трудового договора, его форма и содержание
- Тема 3. Общий порядок приема на работу
- Тема 4. Общий порядок прекращения трудового договора
- Тема 5. Понятие и виды рабочего времени
- Тема 6. Отклонения от нормального рабочего времени
- Тема 7. Понятие и виды времени отдыха
- Тема 8. Понятие и виды отпусков
- Тема 9. Трудовая дисциплина
- Тема 10. Дисциплинарная ответственность
- Тема 11. Материальная ответственность

Тема 12. Виды материальной ответственности

Учебная дисциплина

М.1.В.1 «Правовое регулирование предпринимательской деятельности»

(Разработчик: Ширкова И.В.)

Цель учебной дисциплины:

Задачи учебной дисциплины:

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1 _{УК-2} Понимает принципы проектного подхода к управлению. ИДК-2 _{УК-2} Демонстрирует способность управления проектами. ИДК-3 _{УК-2} Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Хозяйственная деятельность и ее управление. Принципы осуществления предпринимательской деятельности

Тема 2. Понятие субъектов предпринимательской деятельности

Тема 3. Правовой статус субъектов предпринимательской деятельности

Тема 4. Правовой статус хозяйственных обществ

Тема 5. Понятие хозяйственных обязательств и основания их возникновения

Тема 6. Понятие, система и классификация хозяйственных договоров

Тема 7. Порядок заключения, изменения и расторжения хозяйственных договоров

Тема 8. Исполнение хозяйственных обязательств. Обеспечение хозяйственных обязательств

Тема 9. Понятие и основные способы хозяйственно-правовой ответственности

Тема 10. Функции и основания хозяйственно-правовой ответственности

Тема 11. Понятие и социально-экономические назначения банкротства

Тема 12. Производство о банкротстве

Учебная дисциплина

М.1.В.2 «Психология межличностных отношений»

(Разработчик: Ромадыкина В.С.)

Цель учебной дисциплины:

формирование целостного представления о сложности психической жизни человека, понимания социально-психической сущности личности, социальных факторов психического развития; раскрытие индивидуальных и социально-психологических особенностей человека для формирования коммуникативных и интерактивных способностей, для понимания поведения индивидов и групп.

Задачи учебной дисциплины:

изучение объективных психологических закономерностей, психических процессов, психологических свойств личности и психологических особенностей деятельности человека. Изучение качественных (структурных) особенностей психических процессов, как отражений объективной действительности. Анализ становления и развития психических явлений в связи с обусловленностью психики объективными условиями жизни и деятельности человека. Изучение физиологических механизмов, лежащих в основе психических процессов, раскрыть свойства, особенности и закономерности психики и человеческого сознания. Содействие внедрению психологических знаний в практику жизни и деятельности людей.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 _{УК-5} Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-2 _{УК-5} Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-3 _{УК-5} Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Психология как наука.
- Тема 2. Средства общения.
- Тема 3. Свойства личности, влияющие на эффективность общения.
- Тема 4. Формы воздействия (влияния) на партнёров общения.
- Тема 5. Деловое и манипулятивное общение.
- Тема 6. Восприятие и понимание в процессе общения.
- Тема 7. Межличностные отношения и их классификация.
- Тема 8. Взаимодействие в группе.
- Тема 9. Психология конфликтов.

Учебная дисциплина

М.1.В.2 «Современные проблемы науки и техники»

(Разработчик: Сухина И.Г.)

Цель учебной дисциплины:

предоставить обучающимся знание и понимание сущности науки как целостного социокультурного феномена, формы духовного производства и общественного сознания в ее становлении, историческом развитии и современном состоянии (в связи с НТП и НТР), включая особенности и возможности научного познания; а также знание и понимание сущности техники как социокультурного феномена в его становлении, развитии, современном состоянии и влиянии (в связи с НТП и НТР); подготовка обучающихся к освоению научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

содействие выработке у обучающихся культуры научно-ориентированного мышления; содействие выработке у обучающихся качеств, необходимых научному работнику; предоставление обучающимся и соответствующее усвоение ими специальных знаний: о науке как целостном социокультурном феномене, форме духовного производства и общественного сознания; знаний о специфике естественных, технических и гуманитарных наук, присущей им классификации; знаний о философских основаниях науки; знаний об истории становления и развития науки в связи с НТП и НТР; знаний о предмете, круге проблем, функциях и значении философии науки и философии техники; знаний о научной рациональности и научной картине мира; знаний о специфике научного познания/научно-исследовательской деятельности; знаний о гносеологических возможностях научного познания, в том числе в области естественных, технических и гуманитарных наук; знаний о методологии научного познания, ее специфике, в том числе в области естественных, технических и гуманитарных наук.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 _{УК-5} Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-2 _{УК-5} Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-3 _{УК-5} Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Наука как феномен и предмет философии/философии науки.
- Тема 2. Научное познание как форма деятельности.
- Тема 3. Методология научного познания.
- Тема 4. Научная рациональность и научная картина мира.
- Тема 5. Современные проблемы науки в контексте философии позитивизма.
- Тема 6. Естественные науки: понятие, специфика, классификация.
- Тема 7. Технические науки: понятие, специфика, классификация.

Тема 8. Наука как теоретико-практическая основа научно-технического прогресса.

Тема 9. Техника как феномен и предмет, философии/философии, техники

Учебная дисциплина

М.1.В.3 «Иностранный язык профессиональной направленности»

(Разработчик: Моисеева Ф.А.)

Цель учебной дисциплины: овладение обучающимися коммуникативной компетенцией, которая позволяет пользоваться иностранным языком в различных сферах профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с иностранными партнерами. Освоение курса должно также способствовать и реализации образовательных и воспитательных целей, формированию мировоззренческой позиции, воспитанию культуры, терпимости и уважения к духовным ценностям своей страны, а также других стран и народов.

Задачи учебной дисциплины: формирование лексического запаса иностранного языка профессиональной направленности, расширение знаний базовой грамматики – включение грамматических инструкций, характерных для деловой и профессиональной коммуникации; формирование устойчивых рецептивных и продуктивных умений, работа над автоматизацией навыков основных видов речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование); совершенствование навыков монологической и диалогической речи, а также различных видов чтения (изучающего, просмотрового, поискового и т.д.) на основе аутентичных текстов из различных сфер делового и профессионального общения.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1 _{УК-4} Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия. ИДК-2 _{УК-4} Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные. ИДК-3 _{УК-4} Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 _{УК-5} Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-2 _{УК-5} Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. ИДК-3 _{УК-5} Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Функции менеджмента
- Тема 2. Стратегический менеджмент
- Тема 3. Менеджмент персонала. Кейс метод
- Тема 4. Международный менеджмент
- Тема 5. Риски в международном сотрудничестве
- Тема 6. Менеджмент проекта. Презентация
- Тема 7. Бизнес-этикет стран изучаемого языка
- Тема 8. Деловая корреспонденция
- Тема 9. Деловое письмо, меморандум, SMS и т.д.
- Тема 10. Международные стратегии экономического развития
- Тема 11. Международная конкурентоспособность
- Тема 12. Бизнес-кейс по международной конкурентоспособности
- Тема 13. Бизнес этикет в международных переговорах
- Тема 14. Международные контракты
- Тема 15. Бизнес-кейс по международным переговорам
- Тема 16. Социальная ответственность бизнеса
- Тема 17. Деловой протокол
- Тема 18. Бизнес-кейс по социальной ответственности бизнеса

Учебная дисциплина

М.1.В.4 «Оценка рисков в коммерческой деятельности»

(Разработчик: Доля Е.А.)

Цель учебной дисциплины: формирование у магистров базовых теоретических знаний и практических навыков оценки рисков в коммерческой деятельности. Курс содержит основные направления анализа рисков в коммерческой деятельности, организации и реализации проектов по управлению рисками.

Задачи учебной дисциплины: ознакомить с особенностями и методикой анализа и оценки рисков коммерческой деятельности показателей деятельности;

сформировать навыки по выявлению, ранжированию и оценки степени риска предприятия; научить методике логического и обоснованного принятия управленческих решений по результатам анализа.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
<p>УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>ИДК-1_{ук-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними ИДК-2_{ук-1} Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации. ИДК-3_{ук-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.</p>
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИДК-1_{ук-6} Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста. ИДК-2_{ук-6} Проводит рефлекссию своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования. ИДК-3_{ук-6} Оценивает предложения рынка труда с целью определения приоритетов профессионального развития</p>

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Сущность риска в коммерческой деятельности
- Тема 2. Классификация экономических рисков
- Тема 3. Методы оценки и учета рисков
- Тема 4. Основные методы и пути минимизации риска
- Тема 5. Основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности и риска
- Тема 6. Стратегии управления риском и их обоснование

Учебная дисциплина

М.1.В.5 «Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики»

(Разработчик: Фомина М.В.)

Цель учебной дисциплины: формирование у студентов системы знаний об особенностях формирования и развития инфраструктуры хозяйственной системы страны на основе принципа научности и объективности.

Задачи учебной дисциплины: формировать умения анализировать, оценивать и прогнозировать тенденции формирования национальной инфраструктуры в контексте мировой экономики; раскрыть факторы влияния инфраструктуры на развитие мирохозяйственной системы; показать роль современного инфраструктурного комплекса в современном обществе, выделить приоритеты государственной стратегии по созданию и управлению инфраструктурной сферой; обосновать научные подходы, методы и приемы анализа национальных инфраструктур; изучить оценку влияния инфраструктуры на тенденции экономического роста; проанализировать достижения и просчеты в развитии сегментов инфраструктуры; осветить вариативность прогнозирования трансформации модели национальной инфраструктуры; выработать гибкий подход к освоению студентами особенностей и современных тенденций в развитии современных форм управления рыночной инфраструктурой.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1 _{ук-3} Понимает и знает особенности формирования эффективной команды. ИДК-2 _{ук-3} Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия. ИДК-3 _{ук-3} Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Инфраструктура как условие цивилизованного развития.

Тема 2. Структурные и инфраструктурные преобразования в национальном и мировом масштабе на современном этапе развития экономики. Геоэкономический аспект.

Тема 3. Трансформации национальных инфраструктур: стратегия, тактика, прогноз

Тема 4. Современный менеджмент: инфраструктурный аспект

Смысловой модуль 2. Проблемы реализации новой методологии формирования и развития коммерческой инфраструктуры народнохозяйственного комплекса страны

Тема 5. Формирование инфраструктурных отраслей России

Тема 6. Биржи и их организационно оформленное посредничество

Тема 7. Проблемы развития транспортной инфраструктуры.

Тема 8. Финансовая инфраструктура: понятие, классификация и элементы

Тема 9. Институциональная инфраструктура: сущность и содержание.

Учебная дисциплина
М.1.В.6 «Системный дизайн в торговле»
(Разработчик: Кривонос А.А.)

Цель учебной дисциплины: формирование у студентов знаний и профессиональных навыков работы в области системного дизайна, умение использовать принципы дизайнерского искусства.

Задачи учебной дисциплины: обеспечение студентов необходимыми знаниями в области дизайна и рассмотрение его как системы; формирование умений и навыков использования ключевых разделов дизайна: теория цвета, цветовоспроизведение, композиция, эргономика.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1ПК-2 Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИД-2ПК-2 Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Дизайн как система. Цвет и цветовосприятие
- Тема 2. Цвет и цветовая гармония
- Тема 3. Психологическое воздействие цвета на человека
- Тема 4. Композиция в дизайне
- Тема 5. Характеристики композиции
- Тема 6. Принципы построения шрифтов
- Тема 7. Дизайн и эргономика
- Тема 8. Дизайн рекламы
- Тема 9. Принципы создания рекламы по средствам передачи

Учебная дисциплина
М.1.В.7 «Международный маркетинг в торговле»
(Разработчик: Казакова Е.Б.)

Цель учебной дисциплины: является приобретение комплекса знаний и выработка практических навыков в области управления, организации, планирования маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятий.

Задачи учебной дисциплины: - рассмотреть основные понятия международного маркетинга; - ознакомить студентов с идеологией современного бизнеса и маркетинга на внешних рынках; - ознакомить с содержанием и особенностями среды международного маркетинга; - проанализировать методы исследования внешних рынков; - изучить товарную, ценовую, коммуникационную

и сбытовую политику в условиях выхода предприятия на внешние рынки;- исследовать методы планирования международного маркетинга.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1 _{ПК-2} Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИДК-2 _{ПК-2} Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИДК-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Международный маркетинг: общий обзор

Тема 1. Международный маркетинг: понятие, сущность, цели, особенности.

Тема 2. Международная маркетинговая среда.

Тема 3. Стратегии международного маркетинга.

Смысловой модуль 2. Комплекс маркетинга международной компании

Тема 1. Международные маркетинговые исследования.

Тема 2. Технология маркетинговой деятельности в международной сфере.

Тема 3. Тактика международного маркетинга: продуктовая политика.

Тема 4. Тактика международного маркетинга: приоритеты ценообразования.

Смысловой модуль 3. Планирование, организация и контроль международного маркетинга

Тема 1. Международные каналы распределения продукции.

Тема 2. Международные маркетинговые коммуникации.

Тема 3. Управление международным маркетингом, принципы контроля.

Учебная дисциплина

М.1.В.8 «Экологический маркетинг»

(Разработчик: Криковцев А.А.)

Цель учебной дисциплины: овладение теоретическими основами экологического маркетинга, формирование у студентов навыков и умений, из разработки и внедрения комплекса маркетинга с учетом экологических аспектов.

Задачи учебной дисциплины: получение необходимых профессиональных компетенций по: теоретическим и методологическим основам экологического маркетинга; особенностям макро- и микросреды экомаркетинга; сегментации

экологического рынка и выбору целевых экосегментов; разработке комплекса маркетинговых мероприятий по товарной, ценовой, коммуникационной политике; стратегическому планированию, внедрению и контролю программ экологического маркетинга.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности
ПК-6 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИД-1 _{ПК-6} Проводить исследования профессиональной деятельности ИД-2 _{ПК-6} Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Эволюция концепций маркетинга и место в них экологической составляющей

Тема 2. Понятие экомаркетинга

Тема 3. Среда функционирования экологического маркетинга

Тема 4. Экологический товар и его жизненный цикл, комплекс маркетинга и его составляющие.

Тема 5. Ценообразование на экотовары

Тема 6. Организация системы экологически ориентированного товародвижения

Тема 7. Продвижение экологически чистой продукции. Система маркетинговых коммуникаций

Тема 8. Стратегия маркетинговой деятельности экологически ориентированной фирмы

Тема 9. Развитие и конкурентные преимущества рынка экологически чистой продукции

Учебная дисциплина

М.1.В.9 «Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции»

(Разработчик: Охрименко И.Ю.)

Цель учебной дисциплины: овладения теоретическими знаниями по вопросам осуществления стратегического управления; организации и управления инновационной деятельностью предприятия, инструментарием, методикой разработки стратегий развития предприятия и приобретение практических умений и навыков относительно методов оценки стратегий и инновационных проектов, формирование экономического типа мышления у обучающихся и подготовка высококвалифицированного специалиста, который будет способен обеспечить высокий уровень эффективности и конкурентоспособности коммерческих предприятий в условиях рыночной экономики.

Задачи учебной дисциплины: обеспечение теоретической подготовки обучающихся в области разработки и реализации стратегии и тактики предприятия; обретение практических навыков относительно принятия стратегических решений на основе имеющейся информации; овладение методическим и практическим инструментарием относительно осуществления стратегического анализа, разработки стратегических ориентиров и стратегий предприятия на разных уровнях; усвоение тактических инструментов и действий относительно организации и обеспечение реализации стратегий; овладение методическим и практическим инструментарием относительно оценки эффективности и рисков реализации стратегий; обеспечение заинтересованности обучающихся в учебной и научно-исследовательской работе; ознакомление с современными принципами и методами инновационного менеджмента; изучение методов разработки и принятия управленческих решений в сфере инновационной деятельности; усвоение научных основных функций, форм и методов управления инновационной деятельностью; овладение методологией обоснования управленческих решений и оценки эффективности инновационной деятельности.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИДК-1 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ИД-1 _{ОПК-2} Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных. ИД-2 _{ОПК-2} Использует полученные данные для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
ПК-5 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и	ИД-1 _{ПК-5} Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	

Наименование тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Теоретические и методологические основы разработки стратегий.

Тема 1. Стратегия и стратегический набор в управлении перспективным развитием предприятия.

Тема 2. Стратегии управления бизнес-позицией предприятия.

Тема 3. Стратегии управления внутренним инновационным потенциалом предприятия.

Тема 4. Процесс разработки стратегий предприятия.

Тема 5. Стратегические решения.

Смысловой модуль 2. Инновационный менеджмент: становление и современные тенденции развития.

Тема 6. Концептуальные основы инновационного менеджмента.

Тема 7. Стратегическое управление инновационной деятельностью.

Тема 8. Планирование инновационных процессов на предприятии.

Тема 9. Организация инновационной деятельности.

Тема 10. Эффективность управления инновационной деятельностью.

Учебная дисциплина

М.1.В.10 «Инновации в торговой деятельности и оценка их эффективности»

(Разработчик: Морозова Н.И.)

Цель учебной дисциплины: знание особенностей маркетинга инновационных продуктов, понимание стратегических проблем маркетингового управления, умение использовать управленческие инструменты с целью успешной коммерциализации инноваций.

Задачи учебной дисциплины:

изучение теоретических положений и основных понятий, связанных с инновациями; формирование системы маркетингового управления, соответствующей специфике отрасли и этапу становления компании, внедряющей инновацию; выявление существующих и потенциальных запросов потребителей; сегментирование рынков, выбор целевых сегментов и позиционирование инновационного продукта или услуги; обоснованный выбор каналов сбыта инновационного товаров и услуг, а также методов работы в соответствующих каналах.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИД-1 _{ПК-1} Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров ИД-2 _{ПК-1} Использует инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-2} Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИД-2 _{ПК-2} Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Характеристика, принципы, функции и классификация инноваций
- Тема 2. Инновации в разработке названия для нового продукта
- Тема 3. Покупатели на инновационном рынке
- Тема 4. Поставщики и продавцы на инновационном рынке
- Тема 5. Хайтек-маркетинг
- Тема 6. Латеральный маркетинг как инструмент инновационного маркетинга
- Тема 7. Экономическая оценка эффективности маркетинговых инновационных решений

Учебная дисциплина

М.1.В.11 «Digital-технологии в рекламе и PR»

(Разработчик: Рвачёва И.М.)

Цель учебной дисциплины: формирование у студентов системы знаний в области интернет-технологий, ознакомить с процессом разработки рекламного сообщения и построения рекламных и PR-коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины: изучить экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и уметь проводить анализ конкурентной среды отрасли; проанализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; овладеть методами выработки стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций; изучить современные концепции организации операционной деятельности и уметь планировать операционную (производственную) деятельность организаций; научиться планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии организаций; научиться использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности
ПК-7. Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 ПК-7. Знать особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем ИДК-2 ПК-7. Знать особенности функционирования современных социальных медиа ИДК-3 ПК-7. Уметь планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Сущность рекламы и PR на современном этапе
- Тема 2. Коммуникационные стратегии диджитал-маркетинга
- Тема 3. Сайт и посадочная страница
- Тема 4. Интернет-реклама
- Тема 5. Поисковое продвижение сайта
- Тема 6. Продвижение в социальных сетях :SMM и SMO

Учебная дисциплина

М.1.В.12 «Технология бренда»

(Разработчик: Возиянова Н.Ю.)

Цель учебной дисциплины: является приобретение комплекса знаний и выработка практических навыков в области управления, организации, планирования маркетинга в современной среде деятельности предприятий при формировании его бренда.

- Задачи учебной дисциплины:**
- рассмотреть основные понятия в брендинге;
 - ознакомить студентов с идеологией современного бизнеса и маркетинга на внешних и внутренних рынках в части формирования брендов предприятий и их продукции;
 - ознакомить с содержанием и особенностями этапов брендинга;
 - проанализировать методы и технологии, используемые в брендинге по конструированию идентичности брендов;
 - изучить особенности коммуникационной кампании бренда и роль связей с общественностью в брендинге;
 - исследовать методы бренд-менеджмента, анализа лояльности потребителей и оценки эффективности брендинга для работы предприятий.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИДК-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИДК-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Модуль 1 Теоретико-организационные основы брендинга

Тема 1. Понятия «бренд» и «брендинг»

Тема 2. Подготовительный этап брендинга

Модуль 2 Разработка бренда и брендинговых коммуникаций

Тема 3. Конструирование идентичности бренда

Тема 4. Коммуникационная кампания бренда и роль PR в брендинге

Модуль 3 Управление брендом и эффективность брендинга

Тема 5. Бренд-менеджмент

Тема 6. Лояльность потребителей и эффективность брендинга в современных условиях.

Учебная дисциплина

М.1.В.13 «Разработка и реализация ВТЛ-акций»

(Разработчик: Криковцев А.А.)

Цель учебной дисциплины: Формирование системы знаний в области проведения, организации и управления ВТЛ-акциями, формирование навыков использования ВТЛ-инструментария для достижения коммуникационных целей предприятия на рынке

Задачи учебной дисциплины: Ознакомление с основами понятиями и инструментами ВТЛ для дальнейшего использования в практической деятельности, а также формирование ключевых компетенций по ведению бизнес-коммуникации.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-2} Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИД-2 _{ПК-2} Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-6 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИД-1 _{ПК-6} Проводить исследования профессиональной деятельности ИД-2 _{ПК-6} Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. История возникновения и значения ВТЛ

Тема 2. Структура ВТЛ

Тема 3. Перспективы развития ВТЛ-сервиса

Тема 4. Стимулирование и формирование сбыта среди покупателей, посредников

Тема 5. POS- материалы, их формирование и размещение в торговом зале.

Тема 6. Партизанский маркетинг и его использование.

Тема 7. Понятие и применение мерчендайзинга.

Тема 8. Понятие и применение прямого маркетинга. Его имплементация в ВТЛ- сервисе.

Тема 9 Создание креативного фирменного стиля предприятия через ВТЛ-сервис

Учебная дисциплина

М.1.В.14 «Эконометрика (продвинутый уровень)»

(Разработчик: Игнатова Е.А.)

Цель учебной дисциплины: формирование основных математических знаний для решения задач в профессиональной деятельности, умений аналитического мышления и математического формулирования производственных задач.

Задачи учебной дисциплины: предоставление обучающимся знаний из основных разделов эконометрики, формулирование начальных умений самостоятельно углублять свои знания, развивать логическое мышление, вырабатывать умения, формулировать свои знания, развивать прикладные задачи и строить их математические модели.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ИДК-1 _{ОПК-1} Решает профессиональные задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сфере на основе знаний экономической и управленческой теории. ИДК-2 _{ОПК-1} Решает практические и (или) исследовательские задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах с применением знаний экономической и управленческой теории
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ИДК-1 _{ОПК-2} Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных. ИДК-2 _{ОПК-2} Использует полученные данные для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Линейная модель множественной регрессии. Проверка значимости многофакторной регрессии.

Тема 2. Спецификация уравнения регрессии.

Тема 3. Гетероскедастичность.

Тема 4. Линейная модель в условиях гетероскедастичности.

Тема 5. Модели временных рядов. Предварительный анализ данных.

Тема 6. Моделирование тенденции временного ряда.

Тема 7. Выбор трендовой модели и оценка ее адекватности.

Тема 8. Модели бинарного выбора.

Тема 9. Фиктивные переменные в моделях.

Учебная дисциплина

М.1.В.15 «Таргетивный маркетинг»

(Разработчик: Мартынов И.Ю.)

Цель учебной дисциплины: понимание сущности таргетивного маркетинга; его роль и значение в условиях современной интернет- среды.

Задачи учебной дисциплины: предоставление обучающимся знаний в области интернет-коммуникаций, структуре системы интернет-коммуникаций, особенностях таргетированного маркетинга.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИДК-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИДК-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.
- Тема 2. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-курса.
- Тема 3. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Повышение индекса цитирования.
- Тема 4. Баннерная реклама. Понятие баннерной рекламы. Технологии баннерной рекламы. Практика использования баннерной рекламы.
- Тема 5. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы. Повышение эффективности баннерной рекламы.
- Тема 6. Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях.
- Тема 7. Клиентская поддержка в социальных сетях. Мониторинг социальных сетей. Этапы маркетинга в социальных сетях
- Тема 8. Мобильные сервисы. Лидогенерация. Ретаргетинг. Real Time Bidding.

Учебная дисциплина

М.1.В.15 «Креатив в коммуникативном маркетинге»

(Разработчик: Рвачева И.М.)

Цель учебной дисциплины:

изучить креатив в системе коммуникационного маркетинга как продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности, как процесс создания маркетингово-коммуникационного продукта, как функцию рекламного (маркетингово-коммуникационного) агентства, как вид маркетингово-коммуникационной деятельности, овладеть приемами создания креативных маркетинговых коммуникаций и методами стимулирования креативной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

описать этапы креативной деятельности; изучить креативные элементы в коммуникационном пространстве; дать классификацию креатива. Раскрыть понятия: «рекламной стратегия», «рекламная идея», «рекламная концепция», «рекламная политика» «инсайт».

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИД-1ПК-1 Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров ИД-2ПК-1 Использует инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1ПК-2 Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИД-2ПК-2 Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Основы рекламного креатива

Тема 2. Рекламное законодательство, культура, этика рекламной деятельности

Тема 3. Основные этапы развития рекламы.

Тема 4. Приёмы развития творческого мышления

Тема 5. Алгоритм творческого процесса создания рекламы. Факторы, влияющие на творческое мышление

Тема 6. Рекламные идентификаторы.

Тема 7. Управление творческим процессом. Свободные и детерминированные ассоциации

Тема 8. Планирование использования средств рекламной коммуникации.

Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия.

Учебная дисциплина

М.1.В.16 «Рекламный менеджмент»

(Разработчик: Юзык Л.А.)

Цель учебной дисциплины: освоение студентами положений связанных с управлением рекламной деятельностью предприятий всех форм собственности на основе маркетинга исходя из объективных закономерностей формирования и развития системы управления рекламной деятельностью, отображении современного состояния теоретических исследований и практических разработок в области рекламы.

Задачи учебной дисциплины: ознакомление студентов с существенностью рекламной деятельности, овладения основными понятиями и принципами управления рекламной деятельностью, формирования у студентов управленческого мышления; изучение вопросов возникновения и эволюции рекламы, существенность рекламы в системе маркетинга, средств рекламы и их специфики, а

также зарубежного опыта и современных передовых мероприятий управления рекламной деятельностью; обеспечение освоения студентами особенностей планирования, организации и контроля рекламной деятельности; приобретение студентами практических навыков относительно разработки положений о рекламной службе предприятий, средствах планирования рекламного бюджета, расчета коэффициентов "миллайн", определению экономической и коммуникативной эффективности рекламных мероприятий; ознакомление студентов с новой литературой, а также передовым опытом относительно проблемам управления рекламной деятельностью в современных условиях.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1 _{УК-4} Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия).
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ИД-1 _{ОПК-5} Использует современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы. ИД-2 _{ОПК-5} Решает профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств
ПК-7. Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 _{ПК-7} . Знать особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем ИДК-3 _{ПК-7} . Уметь планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-8. Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-2 _{ПК-8} . Уметь взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Рекламный менеджмент: сущность, функции

Тема 2. Средства рекламы и их специфика

Тема 3. Планирование рекламной деятельности

Тема 4. Организация рекламной деятельности

Тема 5. Контроль рекламной деятельности.

Учебная дисциплина
М.1.В.16 «Креативный менеджмент»
(Разработчик: Охрименко И.Ю.)

Цель учебной дисциплины: изучении теории, методике и технологии креативного менеджмента, а также практического применения инструментария креативного менеджмента в практике деятельности предприятий и получении навыков активизации творческого мышления.

Задачи учебной дисциплины: формирование представления об особенностях разработки креативных идей в деятельности предприятий; изучение возможных вариантов организации креативной деятельности предприятия; умение эффективно применять методы и технологии креативного менеджмента в деятельности предприятия; приобретение навыков решения творческих задач в менеджменте.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-3 _{ук-1} Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ИД-2 _{опк-1} Решает практические и (или) исследовательские задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах с применением знаний экономической и управленческой теории
ПК-6 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИД-2 _{пк-6} Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Креативный менеджмент и основные его категории

Тема 1. Основы креативного менеджмента

Тема 2. Креативность: особенности и отличительные характеристики

Тема 3. Творческое мышление и творческий процесс

Смысловой модуль 2. Механизм креативного менеджмента
 Тема 4. Методология креативного менеджмента
 Тема 5. «Инсайт» в процессе принятия креативных решений
 Тема 6. Организационные аспекты управления идеями

Учебная дисциплина
М.1.В.17 «Психотехнологии продажи товаров»
(Разработчик: Возиянова Н.Ю.)

Цель учебной дисциплины: является приобретение комплекса знаний и выработка практических навыков в области применения психотехнологий продаж товаров

Задачи учебной дисциплины: - исследовать необходимость использования достижений психологической науки в маркетинговых коммуникациях;

- выявить направления использования достижений психологической науки в маркетинговых коммуникациях;

- исследовать психотехнологии в маркетинге;

- исследовать психотехнологии в продажах;

- исследовать психотехнологии в PR;

- изучить современные психотехнологии манипулирования общественным подсознанием;

- сущность и особенности суггестивных психотехнологий в рекламе.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-6 Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИДК-1ПК-6 Проводить исследования профессиональной деятельности ИДК-2ПК-6 Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Необходимость использования достижений психологической науки в маркетинговых коммуникациях

Тема 2. Направления использования достижений психологической науки в маркетинговых коммуникациях

Тема 3. Психотехнологии и маркетинг

Тема 4. Психотехнологии и продажи

Тема 5. Психотехнологии и PR

Тема 6. Современные психотехнологии манипулирования общественным подсознанием

Тема 7. Суггестивные психотехнологии в рекламе

Учебная дисциплина
М.1.В.17 «Маркетинг продаж»
(Разработчик: Азарян А.А.)

Цель учебной дисциплины: освоение студентами современных подходов, приемов и методов управления продажами на различных этапах заключения торговой сделки и формирование системы знаний и умений в области общения с покупателями.

Задачи учебной дисциплины: обеспечение роста профессиональных знаний студентов в сфере решения психологических проблем, возникающих в процессе общения партнеров по бизнесу; - приобретение новой информации о психологии клиента и технологиях ведения переговоров; - освоение эффективных приемов управления процессом презентации товара; - освоение студентами техник работы с возражениями, приемов убеждения клиента и проведения операций купли-продажи.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИДК-1 _{ПК-1} Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров ИДК-2 _{ПК-1} Использует инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-6 Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИДК-1 _{ПК-6} Проводить исследования профессиональной деятельности ИДК-2 _{ПК-6} Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Продажи в системе маркетинга
- Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж
- Тема 3. Процесс продажи
- Тема 4. Технологии нейролингвистического программирования в организации
- Тема 5. Контактный персонал и работа с клиентами
- Тема 6. Поведение покупателей
- Тема 7. Классификация клиентов по стереотипам поведения
- Тема 8. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

Учебная дисциплина
М.1.В.18 «Инновационные маркетинговые коммуникации»
(Разработчик: Рвачева И.М)

Цель учебной дисциплины:

знание особенностей инновационных маркетинговых коммуникаций, формирование у студентов практических навыков разработки коммуникационной политики с применением инновационных маркетинговых инструментов.

Задачи учебной дисциплины:

изучение элементов системы инновационного продвижения и стимулирования сбыта товаров и услуг, раскрыть понятие, цели и основные задачи коммуникационной политики предприятия, изучить классификацию и характеристику.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИД-1 _{ПК-1} Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров ИД-2 _{ПК-1} Использует инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-2} Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИД-2 _{ПК-2} Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Инновационная политика в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 2. Процесс разработки инновационно-коммуникационной программы.

Тема 3. Приемы создания коммуникационного обращения.

Тема 4. Средства рекламных коммуникаций.

Тема 5. Сенсорный маркетинг как элемент маркетинговых коммуникаций предприятия.

Тема 6. Нейромаркетинг как инновационный элемент маркетинговых коммуникаций предприятия.

Тема 7. Вирусный маркетинг

Тема 8. Партизанский маркетинг как инновационный инструмент коммуникаций

Тема 9. Интегрированные маркетинговые коммуникации в месте продажи.

Тема 10. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия.

Тема 11. Планирование использования средств инновационных коммуникаций.

Тема 12. Организация и контроль коммуникационной деятельности предприятия

Учебная дисциплина
М.1.В.18 «Технологии продажи товаров»
(Разработчик: Возиянова Н.Ю.)

Цель учебной дисциплины:

формирование у студентов системы знаний об экономической стороне технологии продаж услуг, системы маркетинга, анализа продаж продуктов, характерных для сферы торговли в России, а также приобретение умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей.

Задачи учебной дисциплины:

дать понимание основ создания и функционирования системы продаж; сформировать у студентов комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов; подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продажах; повысить коммуникативную компетентность студентов; раскрыть методы и приёмы ведения продаж на внутренних и международных рынках; овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных технологий и эффективных техник продаж; выработать навыки работы в использовании современных приемов продаж; развить у студентов профессиональные навыки менеджеров по продажам товаров/услуг.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИДК-1 _{ПК-1} Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров ИДК-2 _{ПК-1} Использует инновационные системы закупок и продаж товаров

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Процесс продажи рекламного продукта

Тема 2. Продавец как соавтор покупательского решения

Тема 3. Организация взаимодействия с клиентами: технологии и стратегии продаж

Тема 4. Организационно-методические аспекты управления продажами в компании

Тема 5. Психологические аспекты процесса продаж

Тема 6. Установление контакта и выявление потребностей клиента

- Тема 7. Торговая презентация и стратегии работы с возражениями клиента
 Тема 8. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж рекламного продукта
 Тема 9. Ценовые переговоры и завершение продажи

Учебная дисциплина
М.1.В.19 «Информационная безопасность»
(Разработчик: Глотова Д.В.)

Цель учебной дисциплины: формирование у студентов знаний и представлений о смысле, целях и задачах информационной защиты, характерных свойствах защищаемой информации, основных информационных угрозах, существующих (действующих) направлениях защиты и возможностях построения моделей, стратегий, методов и правил информационной защиты.

Задачи учебной дисциплины: ознакомление с основными уязвимостями экономических информационных систем и угрозами информационной безопасности; правилами их выявления, анализа и определение требований к различным уровням обеспечения информационной безопасности в корпоративных сетях и в глобальной сети Internet.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1 _{УК-4} Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия). ИДК-2 _{УК-4} Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные. ИДК-3 _{УК-4} Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Введение в информационную безопасность. Модели информационной безопасности.

Тема 2. Выявление возможных нарушений и атак в экономических информационных системах (ЭИС).

- Тема 3. Противодействие вредоносным программам в ЭИС.
 Тема 4. Применение криптографических систем шифрования данных.
 Тема 5. Методы защиты информации в корпоративных вычислительных сетях (Инtranет).
 Тема 6. Методы защиты информации в глобальной сети Интернет.
 Тема 7. Аудит информационной безопасности.
 Тема 8. Анализ информационных рисков.

Учебная дисциплина

М.1.В.19 «Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований»

(Разработчик: Давидчук Н.Н.)

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся теоретических представлений и практических навыков решения экономических задач с использованием пакетов прикладных программ. Знания полученные в результате освоения дисциплины дадут возможность анализа и обработки экономических данных с использованием современных инструментальных средств в профессиональной и научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной дисциплины: приобретение практических навыков использования современных информационных технологий и методов для решения различных задач в учебной и практической деятельности на основе использования широкого диапазона аппаратных и программных средств.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

- Тема 1. Концептуальные основы информационных технологий.
 Тема 2. Технология реализации трендовых моделей экономических показателей в среде MS Excel
 Тема 3. Технология корреляционно-регрессионного анализа в среде MS Excel.
 Тема 4. Технология использования стандартных функций MS Excel для прогнозирования экономических показателей.
 Тема 5. Первичная обработка данных и вычисление элементарных статистик.
 Тема 6. Методы анализа данных, реализованные в Statistica
 Тема 7. Использование пакета Statistica для решения прикладных задач.

Учебная дисциплина

М.4.1 «Маркетинг в социальных сетях»

(Разработчик: Княжевский И.И.)

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний, практических навыков и умений осуществления маркетинговой деятельности предприятия в Internet.

Задачи учебной дисциплины: -рассмотреть сущность маркетинга в социальных медиа и его место в диджитал-маркетинге; - раскрыть возможности использования социальных сетей в деятельности предприятий и проанализировать существующие типы представленности компаний в социальных сетях; - рассмотреть процесс управления маркетингом в социальных сетях; - проанализировать технологии и инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-3 Способность 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	ИДК-1 _{ПК-3} Анализировать техно-логический процесс как объект управления, находить управленческие решения в области профессиональной деятельности ИДК-2 _{ПК-3} Систематизировать и обобщать информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ресурсов предприятия, в том числе в оперативном режиме и в ситуациях риска

Наименование тем учебной дисциплины:

Модуль 1. Маркетинговые возможности социальных сетей

Тема 1.1. Основы маркетинга в социальных сетях

Тема 1.2. Конкуренция в социальных сетях

Модуль 2. Продвижение в социальных сетях

Тема 2.1. Основные стратегии продвижения в социальных

Тема 2.2. Поисковое продвижение сайта

Тема 2.3. Таргетированная реклама в социальных сетях

Модуль 3. Особенности социальных сетей для продвижения

Тема 3.1. Особенности продвижения в соцсети ВКонтакте

Тема 3.2. Особенности продвижения в соцсети Instagram

Тема 3.3. Особенности продвижения в соцсети Facebook

Тема 3.4. Анализ новых социальных сетей

Учебная дисциплина

М.4.2 «Нейромаркетинг»

(Разработчик: Ольмезова Н.А.)

Цель учебной дисциплины: способствовать формированию современного маркетингового мышления, приобретению знаний и компетенций, позволяющих

активно участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов.

Задачи учебной дисциплины: 1. сформировать понимание актуальности, важности предмета «Нейромаркетинг»; 2. выработать навыки грамотного и эффективного использования открытий нейробиологии, когнитивной психологии в разработке и продвижении культурного продукта; 3. овладение технологией анализа воздействия на человеческое сознание и эмоции в ходе создания и продвижения культурного продукта.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИДК-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов ИДК-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности

Наименование тем учебной дисциплины:

Модуль 1. Нейромаркетинг: понятие, принципы и цели нейромаркетинга

Тема 1.1. Нейромаркетинг как новая наука о поведении потребителя

Тема 1.2. Покупки под влиянием эмоций

Тема 1.3. Нейромаркетинговые исследования и их применение

Модуль 2. Прикладные исследования в нейромаркетинге

Тема 2.1. Мобильные средства связи

Тема 2.2. Нейромаркетинг на рынке детских товаров

Тема 2.3. Брендинг

Модуль 3. Инструменты нейромаркетинга

Тема 3.1. Аромамаркетинг

Тема 3.2. Визуальный нейромаркетинг

Тема 3.3. Аудиомаркетинг

Тема 3.4. Тактильный и вкусовой маркетинг

5.3.4. Программы практик

В соответствии с ФГОС ВО и ГОС ВО в Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики.

Обязательной частью Блока 2 «Практика» образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело предусмотрены следующие типы учебной практики:

1. Научно-исследовательская работа (распределенная) – 18 з.е., направленная на формирование УК-1.

2. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы на базе виртуального предприятия) – 6 з.е., направленная на формирование УК-1, ПК-1.

В часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 2 «Практика», образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело включен тип производственной практики:

1. Практика по профилю профессиональной деятельности – 24 з.е., направленная на формирование ПК-1, ПК-2, ПК-4.

В целях организации и проведения практики разработаны и утверждены рабочие программы учебной и производственной практик.

Рабочие программы всех видов и типов практик разработаны на основании Типового положения «О практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 16.12.2015 г. № 911 (с изменениями) и Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в ДОННУЭТ, утвержденного ректором от 06.05.2020 г.

5.3.5. Фонды оценочных средств (материалов) для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) и практике

Оценочные материалы по учебным дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации разработаны и утверждены кафедрами Университета. Для каждого результата обучения по учебной дисциплине (модулю) и практике определены показатели и критерии оценивания на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

Текущий (модульный) контроль успеваемости обучающихся осуществляют преподаватели кафедр, которые обеспечивают учебный процесс по учебной дисциплине (модулю), осуществляют руководство практикой обучающихся.

Рубежный контроль учебной деятельности обучающихся предусматривает оценку знаний, умений и навыков по пройденному материалу учебной дисциплины (модуля) на основе результатов текущего контроля. В ходе рубежного контроля оценивается выполнение обучающимися самостоятельной работы. Рубежный контроль проводится в середине каждого учебного семестра. Сроки его проведения определяются календарным учебным графиком на учебный год.

Оценка по результатам рубежного контроля учебной деятельности обучающихся формируется путем сопоставления суммы набранных баллов по результатам текущего контроля с максимально возможным количеством баллов на момент проведения рубежного контроля, которые внесены преподавателем учебной дисциплины (модулю) в подсистему ИСУОО «Единый электронный журнал» накануне рубежного контроля. Программный продукт ИСУОО автоматически определяет общую сумму баллов за все виды учебной деятельности.

Промежуточная аттестация обучающихся обеспечивает оценивание окончательных результатов обучения по учебным дисциплинам (модулям), в том числе курсового проектирования, прохождения практик и осуществляется в

соответствии с учебными планами ОПОП ВО в форме экзаменов и зачетов, аттестации по итогам учебной и производственной практик.

Аттестация по итогам практики служит формой проверки освоения профессиональных умений и навыков, опыта профессиональной деятельности, предусмотренных программами учебной и производственной практик.

Для каждого результата обучения по учебной дисциплине или практике Университет определяет показатели и критерии оценивания, шкалу и процедуры оценивания.

5.3.6. Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Нормативно-методическое обеспечение по ОПОП ВО осуществляется в соответствии с Положением об оценочных материалах для проведения государственной итоговой аттестации, утвержденное 05.06.2019 г.

Государственная итоговая аттестация по образовательной программе высшего профессионального образования – программе магистратуры включает государственный экзамен, а также подготовку к защите и процедуру защиты выпускной квалификационной работы.

Сроки проведения государственной итоговой аттестации обучающихся регламентируются учебным планом и календарным учебным графиком на учебный год, приказами о проведении государственной итоговой аттестации.

Программа государственной итоговой аттестации определяет требования к содержанию и процедуре проведения государственного экзамена, а также требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ.

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП ВО

Требования к условиям реализации программы магистратуры включают в себя требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе.

6.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры

6.1.1. Материально-технические условия реализации ОПОП ВО

Материально-техническое обеспечение реализации ОПОП ВО по направлению 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция соответствует требованиям ФГОС ВО и ГОС ВО.

Помещения – учебные аудитории для проведения учебных занятий,

предусмотренных учебным планом ОПОП ВО магистратуры, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программ практик, государственной итоговой аттестации:

7 специально оборудованных мультимедийными демонстрационными комплексами лекционных аудиторий;

12 аудиторий для проведения занятий семинарского и практического типа;

3 лингафонных кабинетов;

3 компьютерных классов с выходом в Интернет на 50 посадочных мест;

3 аудитории для выполнения научно-исследовательской работы (курсового проектирования);

3 аудитории для самостоятельной работы обучающихся, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением неограниченного доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета для каждого обучающегося, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин;

3 учебных специализированных лабораторий и кабинетов, оснащенных лабораторным оборудованием: РН-метр лабораторный; аппарат стряхивания жидкости; аппарат Сокслета 250мл; Ариометр; водяная баня; баня для колб без э/п (огневая); магнитная мешалка; муфельная печь; печь молибден; сушильный шкаф; эксикатор б/крана; электроплита; блескомер; весы электронные; интерферометр; дистиллятор; колбагреватель; люминоскоп; осцилограф; стерилизатор воздушный; фотоколориметр; шкаф лабораторный; стул; стол преподавательский; доска меловая стационарная; шкаф с образцами; сушильный шкаф; муфельная печь; печь молибден; весы; прибор Росс-Майлса; стол ученический лабораторный; шкаф; раковина; вытяжной шкаф;

3 исследовательские лаборатории (центра), оснащенных лабораторным оборудованием: РН-метр лабораторный; аппарат стряхивания жидкости; аппарат Сокслета 250мл; Ариометр; водяная баня; баня для колб без э/п (огневая); магнитная мешалка; муфельная печь; печь молибден; сушильный шкаф; эксикатор б/крана; электроплита; блескомер; весы электронные; интерферометр; дистиллятор; колбагреватель; люминоскоп; осцилограф; стерилизатор воздушный; фотоколориметр; шкаф лабораторный; стул; стол преподавательский; доска меловая стационарная; шкаф с образцами; сушильный шкаф; муфельная печь; печь молибден; весы; прибор Росс-Майлса; стол ученический лабораторный; шкаф; раковина; вытяжной шкаф;

3 методических кабинета или специализированных библиотек (компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2005 г.) Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г. Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 3 60 Total Security (бесплатная версия); АБИС "UniLib" (2003 г.); и др.

Материально-техническая база Университета соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В Университете имеются подключения к сети Интернет через 3 канала со скоростью передачи данных 200 Мбит/сек., 100 Мбит/сек. и дополнительно - на

6 учебный корпус – 20 Мбит/сек, функционирует единая компьютерная сеть, объединяющая 6 учебных корпусов, хостинг с технической поддержкой 30 сайтов структурных подразделений Университета. Технологическая сеть Университета постоянно модернизируется и расширяется.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Состав программного обеспечения определен в рабочих программах учебных дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости.

Развернута зона бесплатного и авторизованного Wi-Fi доступа, которая обеспечивается 30 точками доступа во всех корпусах Университета.

6.1.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ОПОП ВО

Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса разрабатывается на основе учебного плана подготовки обучающихся по направлению по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Учебно-методический комплекс дисциплины (УМКД) создается под руководством ведущих преподавателей. В его состав входят:

- выписка из рабочего учебного плана по направлению подготовки (специальности)
- программа учебной дисциплины;
- рабочая программа учебной дисциплины;
- календарно-тематический план учебной дисциплины
- конспект лекций, мультимедийные презентации по учебной дисциплине;
- методические рекомендации для проведения лабораторных, практических и семинарских занятий;
- тематика курсовых работ и методические рекомендации к их выполнению;
- средства диагностики (оценочные материалы) по учебной дисциплине
- методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине;
- индивидуальные задания;
- сведения по обеспечению обучающихся учебной и методической литературой;
- комплект экзаменационных материалов.

К учебно-методическому обеспечению дисциплины также относятся: учебники, учебные пособия, интегрированные учебные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, практикумы, тесты и тому подобное.

Каждый обучающийся обеспечен основной учебной и учебно-методической литературой, методическими пособиями, необходимыми для организации образовательного процесса по всем учебным дисциплинам (модулям) ОПОП ВО в соответствии с нормативами, установленными ФГОС ВО и ГОС ВПО и имеют доступ к современным информационным базам данных в соответствии с направлением подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Фонд дополнительной литературы, помимо учебной литературы, включает

официальные справочно-библиографические и периодические издания. Фонд периодики представлен отраслевыми изданиями, соответствующими магистерской программе.

Фонд научной литературы представлен монографиями и периодическими научными изданиями по направленности ОПОП ВО.

В библиотечный фонд Университета включен необходимый перечень современных профессиональных печатных изданий, в том числе периодических, изданных за последние 5 лет, которые отвечают потребностям направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, и предоставляют возможность знакомства с последними достижениями экономической науки и практики в области экономики, финансов и кредита, банковского дела, бухгалтерского учета и т.д.

Общий фонд Научной библиотеки насчитывает 640,7 тыс. док., в т.ч. 49,6 тыс. электронных документов собственной генерации. Научные издания составляют 45,8 %, учебная литература – 37,2 %.

Ежегодно в Научную библиотеку поступает около 8 тыс. новых документов, в том числе: интегрированные учебники и учебные пособия, монографии, методические разработки преподавателей Университета, конспекты лекций, диссертации и авторефераты диссертаций, стандарты и другие печатные и электронные документы.

В Научной библиотеке накоплен банк авторских полнотекстовых электронных конспектов лекций преподавателей и рабочих программ учебных дисциплин, которые доступны студентам через Web-каталог библиотеки 24 часа в сутки. По состоянию на 01.11.2020 г. банк авторских полнотекстовых конспектов лекций насчитывает 3 218 документов, рабочих программ учебных дисциплин – 7 575 полнотекстовых электронных документов.

В составе фонда Научной библиотеки насчитывается более 26,3 тыс. полнотекстовых электронных документов созданных учеными Университета, среди них 1245 учебников и учебных пособий, 5628 учебно-методических пособий собственной генерации.

Наряду с учебной, научной, справочной литературой в фонде Научной библиотеки содержатся отчеты о научно-исследовательской работе кафедр с 1959г., учебно-методические и методические документы, монографии, сборники научных трудов преподавателей Университета.

С 1993г. в Научную библиотеку поступают диссертации, защищенные в Университете, с 2016г. – выпускные квалификационные работы студентов Университета, фонд которых насчитывает 8 520 док.

В 2018/2019 учебном году в образовательный процесс Университета внедрен программный продукт ВКР-ВУЗ. Платформа ВКР-ВУЗ предназначена для проверки на объем заимствования и системного хранения электронных версий выпускных квалификационных работ обучающихся. В настоящее время БД э выпускных квалификационных работ насчитывает 8 520 документов.

Научная библиотека имеет фонд редких книг 1880-1945 гг. издания, который насчитывает более 4,6 тыс. наименований, 133 наименования из этого фонда вошли во Всеукраинский Реестр редких и ценных изданий.

С 2003 г. в Научной библиотеке функционирует электронная библиотека. В

Научной библиотеке компьютеризированы все технологические процессы, связанные с комплектованием, научной обработкой документов. Обслуживание пользователей Научной библиотеки осуществляется в автоматизированном режиме.

Ежегодно Научную библиотеку посещают более 28,3 тыс. пользователей, которым выдается более 450,5 тыс. документов.

С целью повышения качества учебно-методического обеспечения учебного процесса в Университете применяются «Карты книгообеспеченности дисциплин учебной литературой, содержащейся в фондах Научной библиотеки» в соответствии с Инструкцией СУК ПП 2-205/УН «Порядок обеспечения дисциплин учебно-методической литературой».

При составлении «Карт книгообеспеченности дисциплин учебной литературой» активно используются ЭК и Web-каталог Научной библиотеки. Согласно «Карт книгообеспеченности дисциплин учебной литературой, содержащейся в фондах Научной библиотеки», «Тематического плана комплектования необеспеченных дисциплин» проводится анализ обеспеченности дисциплин учебно-методическими документами на всех образовательных уровнях по нормативным и выборочным дисциплинам.

В 2019/2020 учебном году в работу Научной библиотеки внедрен модуль «Книгообеспеченность» в который введены все дисциплины по образовательным программам магистратуры и магистратуры, к которым прикреплено более 45 тыс. учебников и учебных пособий по образовательным программам Университета.

Компьютерный парк Научной библиотеки насчитывает 72 компьютера, которые объединены в локальную сеть и имеют выход в локальную сеть Университета, из них 25 компьютеров – АРМ библиотекарей, 47 компьютеров – АРМ пользователей; 4 сканера для сканирования текстов; 12 принтеров, из них 5 лазерные; МФУ (многофункциональное устройство); демонстрационный экран; 3 сервера; блок бесперебойного питания. Для пользователей организован бесплатный доступ к ресурсам Интернет, зоне Wi-Fi.

Каждая из дисциплин, которая изучается студентами Университета, обеспечена в Научной библиотеке документами ведущих российских и иностранных авторов.

Электронный каталог Научной библиотеки содержит свыше 412,6 тыс. записей и объединяет информацию о документах и пользователях, что позволяет оперативно руководить процессами формирования и распределения фонда, книгообеспеченностью учебного процесса.

Научная библиотека обеспечивает пользователям доступ к ЭБС и удаленным полнотекстовым БД ведущих научных издательств России и ДНР: «IPRbooks», Book on line, Университетская библиотека ONLINE, «Polpred.com», «Бизнес-Закон», eLIBRARY.RU, КиберЛенинка, Национальная Электронная Библиотека, АБИС UNILIB.

Взаимодействуя с агрегаторами цифровых ресурсов, Научная библиотека последовательно расширяет доступ к информации и знаниям для своих пользователей. Расширены возможности пользователей при работе с ЭБС, к которым Научная библиотека обеспечивает доступ: обеспечивается доступ без дополнительной регистрации к более 50 тыс. полнотекстовым электронным

документам, реализован дополнительный бесплатный доступ к платным издательским коллекциям и коллекциям ведущих университетов РФ, запущена процедура бесшовной интеграции ЭБС с электронными образовательными ресурсами Научной библиотеки, открыта удаленная регистрация пользователей в ЭБС с домашних компьютеров.

В читальных залах и на абонеентах Научной библиотеки оборудованы универсальные читательские места, позволяющие работать с документами, как на бумажных, так и на электронных носителях.

Научная библиотека оснащена современной компьютерной техникой, мультимедийными информационными ресурсами, телекоммуникационными средствами. Библиотечный фонд имеет необходимый перечень современных профессиональных изданий, которые отвечают потребностям направлений подготовки Университета.

Информационное обеспечение образовательного процесса по ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика магистерской программе Рекламный бизнес включает следующие виды электронных образовательных ресурсов и электронных информационных ресурсов (собственность Университета):

- **Автоматизированная библиотечная информационно-поисковая система ЭБС «UNILIBRARY»** Научной библиотеки, составными частями которой являются электронный каталог АБИС UNILIB и Web-каталог. Условия доступа: регистрация по пин-кодам, что позволяет удаленно пользоваться ЭБС с любой точки, имеющей доступ к сети Интернет;

- **Электронный каталог АБИС UNILIB**, объем которого предоставляет информацию о 412,6 тыс. собственных печатных и 49,6 тыс. полнотекстовых электронных документов собственной генерации. Условия доступа: автоматизированные рабочие места «Пользователь» в читальных залах Научной библиотеки и компьютерных классах Университета по локальной сети университета;

- **Web-каталог**. Условия доступа: 24 час/в сутки для удаленных пользователей через систему Интернет. Web-каталог дает пользователям возможность отдаленного доступа к информационным ресурсам библиотеки, обеспечивает оперативную информацию о новых поступлениях документов в библиотеку, предоставляет возможность получить информацию о наличии документа в реальном времени, о количестве обращений к документу, распределении документов по структурным подразделениям Научной библиотеки, просмотреть полный текст электронного документа. Пользователи Научной библиотеки имеют возможность просмотреть свой электронный формуляр, получить консультацию библиотекаря;

- **полнотекстовая база данных учебно-методических документов преподавателей Университета**. Объем БД - 7316 документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки, Web-каталога через систему Internet;

- **полнотекстовая база данных периодических изданий Университета**. Объем БД - 55 документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки, Web-каталога через систему Internet;

- **полнотекстовая база данных диссертаций**, защищенных в Университете. Объем БД - **382** документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки ;

- **полнотекстовая база данных «Рабочие программы образовательных дисциплин»**. Объем БД - **7571** документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки, Web-каталога через систему Internet.

- **полнотекстовая база данных авторефератов диссертаций**, защищенных в Университете. Объем БД - **397** документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки, Web-каталога через систему Internet.

- **полнотекстовая база данных «Лекции преподавателей Университета»**. Объем БД - **3218** документов. Условия доступа: с любого компьютера локальной сети Университета и Научной библиотеки, Web-каталога через систему Internet.

- **полнотекстовая БД электронных выпускных квалификационных работ студентов Университета**. Объем БД - **2 613** документов. Условия доступа: автоматизированные рабочие места в читальных залах без права копирования.

Научная библиотека обеспечивает пользователям доступ к удаленным информационным ресурсам:

- **электронная библиотечная система ЭБС IPRbooks** – российская полнотекстовая база данных, объединяющая новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Объем базы более 145 540 изданий, из них 48 155 - учебные и научные издания по различным дисциплинам, 715 наименований российских и зарубежных журналов, более 2000 аудиоизданий, более 31 000 видеоизданий. Контент ЭБС IPRbooks представлен изданиями 700 федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует требованиям федеральных образовательных стандартов высшего, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования. Регистрация - по IP-адресам в локальной сети Университета или Научной библиотеки Университета. Условия доступа: со всех компьютеров Научной библиотеки и внутренней сети Университета, с домашних компьютеров пользователей.

- **база данных БД Polpred.com Обзор СМИ** – полнотекстовая русскоязычная база данных, которая содержит тысячи электронных книг, 1,5 млн. деловых статей, интернет-сервисы, архив важных публикаций, мониторинг промышленности и услуг в России и за рубежом, 4 млн. сюжетов информагентств и деловой прессы за 20 лет, каталог ведущих официальных сайтов по странам и отраслям. Рубрикатор базы данных охватывает: 53 отрасли; 600 источников; 9 федеральных округов Российской Федерации; 235 стран и территорий; статьи и интервью 7000 первых лиц. Регистрация по IP-адресам в локальной сети Университета или Научной библиотеки . Условия доступа: со всех компьютеров Научной библиотеки и внутренней сети Университета, с домашних компьютеров пользователей.

- **электронная библиотека eLIBRARY.RU** - крупнейшая в Российской Федерации электронная библиотека научных публикаций на платформе свободного

доступа, которая интегрирована с индексом РИНЦ. Объем: рефераты и полные тексты более 34 млн. научных статей и публикаций, электронные версии более 5700 российских научно-технических журналов, из которых свыше 4700 - в бесплатном открытом доступе. Предоставлена в пользование бессрочно;

- база данных «Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)» - Федеральная государственная информационная система на платформе свободного доступа, объединяющая фонды публичных библиотек РФ, библиотек научных и образовательных учреждений. Содержит переведенные в электронную форму книги, включая редкие и ценные издания, рукописи, диссертации, авторефераты, монографии, изоиздания, ноты, картографические издания, патенты и периодическую литературу. Объем БД: 5,3 млн – электронных документов; 44,5 млн. – записей. Доступ к базе для зарегистрированных пользователей – свободный.

- база данных «Киберленинка» - научная электронная библиотека научных статей на платформе свободного доступа, публикуемых в журналах РФ и ближнего зарубежья, в том числе включённых в перечень ВАК РФ. Объем базы - 2,3 млн. научных статей и публикаций. Доступ к базе – свободный.

- база данных «Агрегатор правовой информации «Бизнес + Закон». Объем БД – 537 800 документов: нормативные правовые акты, локальные нормативные правовые акты органов государственной власти и местного самоуправления Донецкой Народной Республики, законодательство Украины и Российской Федерации, прочие документы (формы, бланки, справочники, реквизиты). Регистрация по IP-адресам в локальной сети Научной библиотеки. Условия доступа: со всех компьютеров Научной библиотеки и внутренней сети Университета.

-электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». Контент ЭБС представлен учебниками, учебными пособиями, монографиями, периодическими изданиями, справочниками, словарями, энциклопедиями, видео- и аудиоматериалами, иллюстрированными изданиями по искусству, литературой нон-фикшн, художественной литературой. Объем базы более 111 тыс. изданий по всем отраслям знаний Более 400 издательств, представленных в ЭБС, обеспечат обучающихся изданиями по основным и узкопрофильным предметам. Регистрация по IP-адресам в локальной сети Научной библиотеки. Условия доступа: со всех компьютеров Научной библиотеки и внутренней сети Университета.

- электронная библиотечная система «Book on Lime». Контент ЭБС представлен учебниками, учебно-методическими пособиями, монографиями, сборниками и статьями преподавателей вузов, ученых и специалистов из различных регионов России и ближнего зарубежья издательства ООО «Книжный Дом Университета» (КДУ). Объем базы – 1400 изданий. Регистрация по IP-адресам в локальной сети Научной библиотеки. Условия доступа: со всех компьютеров Научной библиотеки и внутренней сети Университета.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин

(модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

6.2. Кадровые условия реализации ОПОП ВО

Реализация ОПОП ВО осуществляется научно-педагогическими работниками Университета. Для подготовки обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело привлекаются специалисты в области экономики, финансов, информационных технологий, контроля, аудита, ревизии, анализа деятельности хозяйствующих субъектов, имеющие ученые степени, ученые звания и научные труды.

Уровень кадрового потенциала в соответствии с действующей нормативно-правовой базой характеризуется выполнением следующих требований:

Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую магистерской программе преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в

иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике).

6.3. Характеристика социально-культурной среды Университета, обеспечивающей формирование универсальных компетенций

В Университете создана благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая возможность формирования универсальных компетенций и всестороннего развития личности, а также непосредственно способствующая освоению ОПОП ВО по направлению 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция

Основными направлениями в организации учебного процесса являются совершенствование его форм и методов, содержания обучения, ориентация на соответствие ФГОС ВО и ГОС ВО. В течение учебного процесса проводится постоянное совершенствование содержания учебных дисциплин в соответствии с потребностями национальной экономики, разрабатываются новые методические документы, учитываются требования новых нормативных документов Донецкой Народной Республики и т. п.

Университет постоянно работает по таким направлениям:

- внедрение новых подходов к организации учебного процесса с главной задачей – обеспечить качество высшего профессионального образования;
- приумножение контингента обучающихся;
- сохранение и приумножение научно-методической базы как основы качества высшего профессионального образования;
- активное взаимодействие с органами государственной и исполнительной власти Донецкой Народной Республики.

Воспитательная работа в Университете является важной составляющей всего образовательного процесса, осуществляемого непрерывно в учебное и внеучебное время.

Основными направлениями воспитательной работы в Университете являются:

- 1) проведение культурно-массовых, физкультурно-спортивных, научно-просветительных мероприятий, организация досуга обучающихся;
- 2) организация гражданского и патриотического воспитания обучающихся;
- 3) содействие работе студенческим общественным организациям, клубам и объединениям;
- 4) работа в общежитиях;
- 5) создание системы морального и материального стимулирования преподавателей и обучающихся, активно участвующих в организации воспитательной работы;
- 6) информационное обеспечение обучающихся, поддержка и развитие студенческих средств массовой информации.

Управление воспитательной деятельностью обеспечивает:

- формирование мотивации преподавателей и обучающихся к участию в разработке и реализации образовательных и социальных проектов в разных сферах деятельности, в том числе в будущей профессиональной;
- информирование о наличии возможностей для участия обучающихся в

социально-значимой деятельности, преподавателей – в воспитательной деятельности; наполнение сайтов Университета и его структурных подразделений информацией о воспитательной деятельности, студенческой жизни, содействие организации и деятельности студенческих СМИ;

- организацию повышения психолого-педагогической квалификации преподавателей в сфере воспитательной деятельности и обучение студенческого актива;

- организационно-координационную работу при проведении общеуниверситетских мероприятий;

- развитие разных форм студенческого самоуправления, содействие деятельности студенческих объединений;

- участие обучающихся в районных, городских, республиканских и международных программах, проектах, конкурсах;

- организационно-методическое обеспечение сопровождение воспитательной деятельности и студенческих инициатив;

- создание необходимой для воспитательной деятельности инфраструктуры;

- развитие сотрудничества с социальными партнерами;

- стимулирование активной воспитательной деятельности преподавателей.

В Университете действует Совет студенческого самоуправления. В его состав входят общественные директоры институтов /деканы факультетов и председатель студенческого научного общества Университета. Возглавляет Совет студенческого самоуправления председатель. Совет определяет стратегические пути развития студенческого самоуправления в Университете, принимает решения по наиболее важным вопросам студенческой жизни, координирует работу всех структурных подразделений. Руководители студенческого самоуправления всех уровней избираются на альтернативной основе путем тайного голосования студентов Университета.

Представители органов студенческого самоуправления входят в состав приемной и стипендиальной комиссий, избираются в общее собрание трудового коллектива Университета, институтов /факультетов, Ученый совет Университета и ученые советы институтов/факультетов в количестве не менее чем 10 % от состава соответствующего органа. Председатель Совета студенческого самоуправления принимает участие в работе ректората Университета.

Под руководством Совета студенческого самоуправления и профсоюза обучающихся работают кружки художественной самодеятельности, проводятся вечера отдыха, различные конкурсы, праздничные концерты. К наиболее значимым мероприятиям относятся: «Посвящение в студенты», «Дебют первокурсника», «Юморина», «Мисс и Мистер ДонНУЭТ».

Международная деятельность университета развивается по следующим направлениям:

- обеспечение мобильности обучающихся, аспирантов, преподавателей университета;

- обмен учеными, научной и технической информацией;

- разработка и выполнение совместных с зарубежными вузами научно-исследовательских программ, прохождения практики обучающихся,

- участие в спортивных соревнованиях и др.

В период с 2014 г. по 2019 г. были заключены двухсторонние договоры о сотрудничестве с 48 зарубежными образовательными учреждениями, 34 двухсторонних договоров с ведущими университетами и институтами Российской Федерации, такими как:

- ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;
- ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова», Московская школа экономики;
- ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет»;
- ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»;
- ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»;
- ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»;
- ФГБОУ ВО «Самарский Государственный Экономический Университет»,

а также с тремя университетами – Луганская Народная Республика, университетом Республики Южная Осетия, двумя университетами – Республика Абхазия, университетом Республики Таджикистан, 7 – с иностранными образовательными учреждениями дальнего зарубежья, такими как: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (Республика Беларусь), Русенски Университет «Ангел Канчев» (Болгария), Восточный Средиземноморский университет (Северный Кипр), Стопанская Академия «Д.А. Ценов» (Болгария) и другие.

Дальнейшее развитие международных связей Университета предполагает: углубление сотрудничества с зарубежными вузами, развитие образовательных связей с Россией и другими странами СНГ; развитие мобильности обучающихся и преподавателей Университета.

6.4. Финансовые условия реализации ОПОП ВО

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется в соответствии с Методикой расчета ориентировочной средней стоимости подготовки одного квалифицированного рабочего, специалиста, аспиранта, докторанта, утвержденной постановлением Кабинета Министров от 20.05.2013г. № 346.

Методика определения нормативных затрат на оказание государственной услуги по ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция регламентирует локальный нормативный акт Университета – Методика определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего профессионального образования по направлениям подготовки (специальностям) ПП 2-173/УН, утвержденная от 08.02.2019 г.

Базовые нормативы затрат включают в себя затраты, непосредственно связанные с оказанием государственной услуги, и затраты на общехозяйственные нужды на оказание государственной услуги.

7. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При реализации настоящей образовательной программы в полном объеме применяются все механизмы функционирования системы менеджмента качества в Университете:

1. Порядок организации учебного процесса в Университете (СМК ПП 2-97/УН от 17.11.2020г. – редакция 8).
2. Положение о контактной работе обучающихся с преподавателем в Университете (СМК ПП 2-145/УН от 01.03.2019г. – редакция 2).
3. Положение о самостоятельной работе студентов (СМК ПП 2-160/УН от 26.12.2018г.)
4. Порядок проведения текущего контроля успеваемости (СМК ПП 2-151/УН от 10.01.2019г.)
5. Порядок проведения промежуточной аттестации студентов в Университете (СМК ПП 2-144/УН от 18.12.2018г.)
6. Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации в ДОННУЭТ (СМК ПП 2-150/УН от 28.05.2020 г. – редакция 2).
7. Положение об оценивании учебной деятельности студентов (СМК ПП 2-157/УН от 10.01.2019г.)
8. Положение об оценочных материалах (СМК ПП 2-185/УН от 31.05.2021г. – редакция 3)
9. Положение об оценочных материалах для проведения государственной итоговой аттестации (СМК ПП 2-189/УН от 06.05.2019г.)
10. Положение о выпускной квалификационной работе по основным образовательным программам высшего профессионального образования – программам магистратуры, специалитета, магистратуры (СМК ПП 2-154/УН от 10.01.2019г.).
11. Порядок проверки текстов выпускных квалификационных работ обучающихся на объем заимствования и размещения на платформе ВКР-ВУЗ и в автоматизированной информационно-библиотечной системе UNILIB Университета (СМК ПП 2-171/УН от 26.12.2019г.)
12. Положение о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования (СМК ПП 2-17/УН от 06.05.2019 г. – редакция 4).
13. Положение об индивидуальном обучении студентов в Университете (СМК ПП 2-105/УН от 17.11.2020 г. – редакция 5).
14. Положение об ускоренном обучении по образовательным программам высшего профессионального образования (СМК ПП 2-148/УН от 28.11.2018г.)
15. Порядок организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (СМК ПП 2-175/УН от 15.03.2019г.)

16. Положение об организации учебно-методической работы в ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (СМК ПП 2-161/УН от 26.12.2018г.)
17. Положение о рабочей программе учебной дисциплины (СМК ПП 2-172/УН от 24.05.2021г. – редакция 3).
18. Положение о формировании библиотечного фонда (СМК ПП 2-164/УН от 05.03.2019г.)
19. Порядок книгообеспеченности пользователей (СМК ПП 2-165/УН от 05.03.2019г.)
20. Положение о Web-каталоге (СМК ПП 2-167/УН от 05.03.2019г.)
21. Положение об электронном каталоге (СМК ПП 2-168/УН от 05.03.2019г.)

**Перечень
обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к
профессиональной деятельности выпускника программы магистратуры по направлению
подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция**

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
08.026 Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок»	С	Экспертиза результатов закупок, приемка контракта	7	Проверка соблюдения условий контракта	С/01.7	7
				Проверка качества представленных товаров, работ, услуг	С/02.7	7
08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»	В	Разработка реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	В/01.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования и организации	В/02.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	В/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/04.7	7

08.037 Профессиональный стандарт «Бизнес-аналитик»	F	Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организаций	7	Определение направлений развития организации	F/01.7	7
				Разработка стратегии управления изменениями в организации	F/02.7	7
08.040 Профессиональный стандарт «Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги»	C	Руководство деятельностью по формированию и прогнозированию диапазона цен на товары, работы и услуги	7	Разработка методик, алгоритмов и функциональных заданий для формирования и эксплуатации информационно-аналитических систем и формирование баз данных	C/01.7	7
				Формирование ценовой политики организации	C/02.7	7

Матрица соответствия универсальных и общепрофессиональных компетенций и составных частей ОПОП ВО
по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело магистерская программа: Электронная коммерция

Структура учебного плана ООП ВО		КОМПЕТЕНЦИИ/ИНДИКАТОРЫ										
		Универсальные компетенции					Общепрофессиональные компетенции					
		УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5
Б1 Дисциплины (модули)												
<i>Обязательная часть</i>												
М.1.Б.1.	История культуры России	ИДК 1-3				ИДК 1-3						
М.1.Б.2	Методология и методы научных исследований					ИДК 1-3			ИДК 1-2		ИДК 1-2	
М.1.Б.3	История и философия науки	ИДК 1-3										
М.1.Б.4	Педагогика высшей школы			ИДК 1-3								
М.1.Б.5	Инновационно-информационные технологии в сфере торговли							ИДК 1-2			ИДК 1-2	
М.1.Б.6	Конъюнктура рынков товаров и услуг	ИДК 1-3						ИДК 1-2				
М.1.Б.7	Стратегический маркетинг			ИДК 1-3					ИДК 1-2			
М.1.Б.8	Охрана труда в отрасли	ИДК 1-3				ИДК 1-3						
<i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i>												
М.1.В.1	Трудовое право		ИДК 1-3									
	Правовые основы предпринимательской деятельности											
М.1.В.2	Психология межличностных отношений					ИДК 1-3						
	Современные проблемы науки и техники											
М.1.В.3	Иностранный язык профессиональной				ИДК	ИДК						

**Матрица соответствия профессиональных компетенций и составных частей ОПОП ВО
по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело**

Структура учебного плана ОПОП ВО		КОМПЕТЕНЦИИ/ИНДИКАТОРЫ							
		Профессиональные компетенции							
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8
Б1 Дисциплины (модули)									
<i>Обязательная часть</i>									
М.1.Б.1.	История культуры России								
М.1.Б.2	Методология и методы научных исследований								
М.1.Б.3	История и философия науки								
М.1.Б.4	Педагогика высшей школы								
М.1.Б.5	Инновационно-информационные технологии в сфере торговли								
М.1.Б.6	Конъюнктура рынков товаров и услуг					ИДК 1-2			
М.1.Б.7	Стратегический маркетинг								
М.1.Б.8	Охрана труда в отрасли								
<i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i>									
М.1.В.1	Трудовое право								
	Правовые основы предпринимательской деятельности								
М.1.В.2	Психология межличностных отношений								
	Современные проблемы науки и техники								
М.1.В.3	Иностранный язык профессиональной направленности								
М.1.В.4	Оценка рисков в коммерческой деятельности								
М.1.В.5	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики								
М.1.В.6	Системный дизайн в торговле		ИДК 1-2						
М.1.В.7	Международный маркетинг в торговле		ИДК 1-2		ИДК 1-2				
М.1.В.8	Экологический маркетинг				ИДК 1-2		ИДК 1-2		

Структура учебного плана ОПОП ВО		КОМПЕТЕНЦИИ/ИНДИКАТОРЫ							
		Профессиональные компетенции							
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8
<i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i>									
М.2.В.1	Научно-исследовательская работа (распределенная)	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
М.2.В.2	Научно-исследовательская работа (распределенная)	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
М.2.В.3	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы на базе виртуального предприятия)	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
М.2.В.4	Научно-исследовательская работа (распределенная)	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
М.2.В.5	Преддипломная практика	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
Б3 Государственная итоговая аттестация									
М.3.Б.1	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (Конъюнктура рынков товаров и услуг, Стратегический маркетинг, Экологический маркетинг)	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
М.3.Б.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3	ИДК 1-3		
Б4 Факультативные учебные дисциплины									
М.4.1	Маркетинг в социальных сетях			ИДК 1-2					
М.4.2	Нейромаркетинг				ИДК 1-2				