

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудрявцев Максим Геннадьевич
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 26.05.2026 13:16:39
Уникальный программный ключ:
790a1a8df505740111904160e002b50

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)

Кафедра Территориального управления и планирования

Принято Ученым советом
Университета Вернадского
«26» марта 2026 г. протокол № 8



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) программы	Торговая логистика территорий
Квалификация:	бакалавр 38.03.06 Торговое дело
Форма обучения	очная, очно-заочная

Балашиха 2026 г.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО)

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Нормативные документы для разработки программы бакалавриата

1.2 Общая характеристика образовательной программы

1.3 Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ БАКАЛАВРИАТА/БАКАЛАВРИАТА

2.1 Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) подготовки «Региональное управление и муниципальный менеджмент», включает:

2.2 Тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников, объекты профессиональной деятельности выпускника или область знаний (при необходимости):

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Ошибка! Закладка не определена.

4 СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

5 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

5.1 Календарный учебный график

5.2 Учебный план

5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)

5.4 Программы практик

5.5 Профиль Государственной итоговой аттестации обучающихся

5.6 Оценочные материалы

5.7 Методические материалы

6 РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1 Кадровое обеспечение

6.2 Материально-техническое обеспечение

6.3 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

7 ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

8 НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП БАКАЛАВРИАТА/БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

9 РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

ПРЕАМБУЛА

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» (далее соответственно – образовательная программа или программа бакалавриата, направление подготовки), реализуемая в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования Министерства сельского хозяйства РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» (далее – Университет) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – Бакалавриат (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников (далее – иные требования, предъявляемые к выпускникам) с учетом требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники.

1.1 Нормативные документы для разработки программы бакалавриата

– Настоящая основная профессиональная образовательная программа высшего образования – профиль бакалавриата разработана на основе следующих нормативных документов:

– Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. № 245;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) от 12 августа 2020 года № 963 (Зарегистрировано в Минюсте России 25 августа 2020 года № 59428);

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)»;

– Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников сельского хозяйства», утвержденный приказом Минздравсоцразвития России от 15.02.2012 №126;

– Нормативно-методические документы Минобрнауки России и Рособнадзора;

– Устав Университета и локальные нормативные акты Университета.

1.2 Общая характеристика образовательной программы

1.2.1. Целями основной профессиональной образовательной программы являются:

Основная цель ОПОП – подготовка высококвалифицированных бакалавров, обладающих глубокими знаниями и практическими навыками в области торговой логистики, адаптированными к особенностям территориальных рынков, способных эффективно управлять товарными потоками, оптимизировать логистические процессы и разрабатывать торговые стратегии, обеспечивающие конкурентоспособность предприятий на региональном уровне. Программа ориентирована на формирование у выпускников компетенций, необходимых для успешной профессиональной деятельности в современной цифровой экономике.

Бакалаврская программа «Торговая логистика территорий» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело предназначена для выпускников, проявляющих интерес к таким дисциплинам, как Товароведение, Операционный менеджмент, Управление продажами, Ценовая политика, Управление качеством, Менеджмент, Транспортное обеспечение торговой деятельности, Складская логистика, Управление каналами продаж, Категорийный менеджмент, Электронная коммерция, стремящихся к карьере в логистических службах торговых компаний, распределительных центрах, транспортных организациях и органах управления торговлей, а также в сфере электронной коммерции. Данное направление ориентировано на подготовку специалистов, способных эффективно решать задачи управления товарными потоками, оптимизации логистических процессов и разработки торговых стратегий на территориальных рынках, что обусловлено растущей потребностью региональных экономик в квалифицированных кадрах, обладающих знаниями и навыками в данной области.

Целью программы является обеспечение качественной подготовки квалифицированных бакалавров, позволяющей выпускнику успешно обладать компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

В стратегической перспективе Университет Вернадского позиционирует себя как ведущий вуз по подготовке кадров для сельских территорий, обеспечивающий гарантии качества единого образовательного пространства Российской Федерации в области сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, отвечающий на современные запросы рынка труда и интегрированный в единое образовательное пространство нашей страны.

1.2.2. При реализации программы бакалавриата применяются электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

1.2.3. Сроки освоения и объем программы бакалавриата:

при очно-заочной форме обучения 5 лет.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

1.2.4. Требования к абитуриенту

Условия приема и требования к поступающим регламентируются «Правилами приема в Университет».

1.2.5. Квалификация выпускника: бакалавр.

1.2.7. Образовательная деятельность по программе бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленности (профилю) подготовки «Торговая логистика территорий» осуществляется на русском языке.

1.3 Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП

- ОПОП – основная профессиональная образовательная профиль;
- ПООП – примерная основная образовательная профиль;
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- УК – универсальные компетенции;
- ОПК – общепрофессиональные компетенции;
- ПК – профессиональные компетенции;
- ПС – профессиональный стандарт;
- ОТФ – обобщенная трудовая функция;
- ТФ – трудовая функция;
- ГИА – государственная итоговая аттестация;
- ИД – индикатор достижения компетенции.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ БАКАЛАВРИАТА/БАКАЛАВРИАТА

2.1 Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело включает:

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

- Образование и наука (в сферах: профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования; научных исследований);

- Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).

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.

2.2 Тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников, объекты профессиональной деятельности выпускника или область знаний (при необходимости):

К типам задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата, относятся: **организационно-управленческая, аналитическая и расчетно-экономическая деятельность.**

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

организационно-управленческая деятельность:

— разработка и реализация плана мероприятий по оптимизации логистических бизнес-процессов торговой компании на конкретной территории;

— участие в формировании логистической стратегии организации, направленной на повышение конкурентоспособности на территориальном рынке;

- организация работы складского хозяйства торговой компании с учетом особенностей территориального расположения;
- разработка и внедрение системы управления запасами, адаптированной к специфике спроса и логистическим особенностям территории;
- управление транспортной логистикой торговой компании, включая выбор перевозчиков, оптимизацию маршрутов и контроль исполнения;
- организация работы логистической службы торговой компании, включая распределение задач, контроль выполнения и мотивацию персонала;
- разработка и реализация проекта по созданию или модернизации логистического центра (склада) на территории.

аналитическая деятельность:

- анализ логистической инфраструктуры и транспортной сети конкретной территории для выявления возможностей и ограничений;
- проведение анализа рынка логистических услуг на территории для оценки конкурентной среды и выявления потенциальных партнеров;
- анализ потребительского спроса на товары и услуги на территории для оптимизации логистических процессов и управления запасами;
- проведение анализа эффективности логистических операций торговой компании на территории;
- анализ рисков в цепи поставок, связанных с территориальными особенностями (например, транспортные ограничения, климатические условия);
- оценка эффективности использования складских площадей торговой компании на территории;
- проведение анализа транспортных издержек торговой компании на территории для выявления возможностей оптимизации;
- анализ данных о движении товарных потоков на территории для оптимизации маршрутов доставки и распределения товаров;
- проведение маркетинговых исследований для определения оптимальных каналов распределения и продвижения товаров на территории;
- анализ влияния логистических факторов на прибыльность торговой компании на территории.

расчетно-экономическая деятельность:

- расчет экономической эффективности оптимизации транспортных маршрутов доставки товаров на территории;
- расчет затрат на хранение и складирование товаров на территории для определения оптимальной структуры складского хозяйства;
- экономическое обоснование выбора поставщика логистических услуг на территории;
- расчет экономической эффективности внедрения новой системы управления запасами на территории;
- оценка стоимости логистических операций при доставке товаров в отдаленные районы территории;
- расчет бюджета логистических затрат торговой компании на территории;
- оценка экономической эффективности создания логистического центра (склада) на территории;
- разработка экономического обоснования инвестиций в развитие логистической инфраструктуры на территории;
- оценка влияния логистических издержек на ценообразование товаров на территории;

— расчет показателей экономической эффективности логистической деятельности торговой компании на территории (рентабельность, окупаемость инвестиций).

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

- торговые процессы, связанные с закупкой, хранением, транспортировкой, продвижением и продажей товаров (или оказанием торговых услуг) конечному потребителю, включая управление ассортиментом, ценообразование, логистику и обслуживание клиентов;
- Торговые организации и системы, включая структуру торговых предприятий (оптовых, розничных, онлайн), их бизнес-процессы, системы управления (товарными запасами, персоналом, финансами), а также взаимодействие с поставщиками, покупателями и другими участниками рынка.

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

3.1 Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими универсальными компетенциями:

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
Универсальная компетенция	
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать (З): Методы поиска, анализа и синтеза получаемой информации
	Уметь (У): осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения оставленных задач
	Владеть (В): владеет методами поиска, синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать (З): современные технологии организации процесса управления, методы разработки альтернатив, выбора варианта и оценки последствий реализации организационно-управленческих решений, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	Уметь (У): формулировать главную цель, определять круг задач и критерии оптимальности для их решения с учетом имеющихся ресурсов
	Владеть (В): навыками выбора оптимальных способов решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать (З): основные направления взаимоотношения личности и общества; общие закономерности социальной коммуникации; основы организационно-управленческой деятельности.
	Уметь (У): планировать и ставить задачи исследования; ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; выбрать оптимальные пути повышения эффективности менеджмента в организации;
	Владеть (В): методами работы в коллективе (команде) для решения организационно-управленческих задач
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на	Знать (З): основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке
	Уметь (У): применять основные методы использования

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>повышения эффективности социального взаимодействия</p> <p>Владеть (В): навыками выбора стиля общения в зависимости от ситуации с учетом функционирования языковых норм; ведения деловой переписки на государственном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем</p>
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>Знать (З): необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими этническими группами информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</p> <p>Уметь (У): демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения;</p> <p>Владеть (В): недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>Знать (З): основы построения траектории и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>Уметь (У): анализировать свои ресурсы и определять способы самоорганизации и саморазвития в личной жизни и профессиональной деятельности</p> <p>Владеть (В): навыками управления своего времени, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>Знать (З): методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p>Уметь (У): использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа</p> <p>Владеть (В): способностью к организации своей жизни в соответствии с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни</p>
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<p>Знать (З): безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды</p> <p>Уметь (У): создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия;</p> <p>Владеть (В): законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности;</p>
УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	<p>Знать (З): базовые дефектологические знания</p> <p>Уметь (У): использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;</p> <p>Владеть (В): базовыми навыками выявления дефектов</p>
УК-10. Способен принимать	Знать (З): основные инструменты накопления, инвестирования,

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
<p>обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>кредитные продукты банков и микро-финансовых организаций, их особенности, сопутствующие риски и способы управления ими; принципы финансового и экономического планирования, включая планирование накоплений и инвестирования, и управления личными финансами;</p> <p>Уметь (У): выбирать инструменты накопления и инвестирования, исходя из степени риска и возможности его минимизации; оценивать будущие денежные потоки по вкладам, кредитам, иным финансовым инструментам; составлять личный финансовый план, планирования сбережения и инвестирование;</p> <p>Владеть (В): навыками расчета простых и сложных процентных ставок; навыками анализа депозитных, кредитных и иных банковских продуктов с целью выбора наиболее оптимального по заданным критериям; навыками финансового планирования в личных целях; навыками прогнозирования будущих денежных потоков;</p>
<p>УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>Знать (З): Основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения.</p> <p>Уметь (У): Давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательство, реализовывать свои гражданские права и осознанно участвовать в жизни общества.</p> <p>Владеть (В): Терминами и понятиями гражданского права; правильно давать оценку коррупционного поведения; базовыми этическими ценностями; применять на практике антикоррупционное законодательство.</p>

3.2 Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
<p>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах</p>	<p>Знать (З): основные положения экономической и управленческой теории, включая принципы менеджмента, микро- и макроэкономики, теории управления и управления персоналом, применимых к решению оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах</p> <p>Уметь (У): анализировать и применять экономические и управленческие концепции и инструменты для решения оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах, с учетом особенностей конкретной ситуации</p> <p>Владеть (В): методами и приемами применения экономической и управленческой теории для решения оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах, с учетом современных тенденций и специфики деятельности торговых предприятий</p>
<p>ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных,</p>	<p>Знать (З): основные статистические методы сбора, обработки и анализа данных, применяемые для решения задач в торговой</p>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	<p>логистике</p> <p>Уметь (У): выбирать, применять и интерпретировать результаты статистических методов для обработки данных в торговой логистике территорий</p> <p>Владеть (В): навыками применения статистического программного обеспечения для сбора, обработки и визуализации данных, необходимых для выявления закономерностей и принятия обоснованных решений в области торговой логистики</p>
ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	<p>Знать (З): основные принципы, понятия и закономерности маркетинговых и логистических процессов, влияющих на формирование и развитие торгово-экономических отношений</p> <p>Уметь (У): анализировать торгово-экономические процессы, выявляя взаимосвязи между маркетинговыми решениями и логистическими операциями, а также объяснять влияние этих процессов на эффективность торговой деятельности</p> <p>Владеть (В): методами анализа и оценки эффективности маркетинговых и логистических стратегий, способностью интерпретировать полученные результаты, формулировать обоснованные выводы и предлагать рекомендации по совершенствованию торгово-экономических процессов</p>
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово - обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	<p>Знать (З): основные принципы и элементы налоговой системы Российской Федерации, виды налогов и сборов, их влияние на финансовые результаты деятельности организаций в сфере торговой логистики, а также методы налогового планирования и оптимизации торговых организаций</p> <p>Уметь (У): анализировать налоговые последствия различных организационно-управленческих решений в области торговой логистики, рассчитывать налоговые платежи и оценивать их влияние на финансовые показатели, а также выбирать оптимальный режим налогообложения</p> <p>Владеть (В): навыками разработки экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений с учетом налоговых аспектов, способностью прогнозировать влияние налоговых изменений на финансовую устойчивость и прибыльность торговой компании, и использовать законодательные нормы для оптимизации налоговой нагрузки</p>
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	<p>Знать (З): основные понятия, принципы и методы искусственного интеллекта (ИИ), включая машинное обучение, нейронные сети, и их применение в задачах оптимизации торговых и логистических процессов</p> <p>Уметь (У): использовать программные средства и инструменты на основе ИИ для анализа данных, выявления закономерностей, построения моделей и разработки рекомендаций по улучшению логистических процессов в торговой деятельности, а также для автоматизации рутинных задач торговой логистики</p> <p>Владеть (В): навыками применения алгоритмов и моделей ИИ для решения практических задач в области торговой логистики, способностью оценивать эффективность различных ИИ-решений и адаптировать их к конкретным условиям и требованиям, а также использовать современные информационные технологии для интеграции ИИ в торговые и логистические процессы</p>
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных	Знать (З): характеристики и принципы соответствующих содержанию профессиональных задач современные цифровые

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	информационные технологии
	Уметь (У): использовать соответствующие содержанию профессиональных задач современные цифровые информационные технологии, основываясь на принципах работы
	Владеть (В): навыками использования соответствующих содержанию профессиональных задач современных цифровых информационных технологий

3.3. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями, определенные Университетом на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники:

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
ПК-1 Способность эффективно управлять товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая закупку, транспортировку, складирование и распределение товаров, с учетом особенностей территориального рынка	Знать (З): теоретические основы и принципы управления товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая закупку, транспортировку, складирование и распределение товаров, а также особенностей их организации с учетом специфики территориального рынка, охватывающее терминологию и взаимосвязи между складской логистикой, транспортным обеспечением, операционным менеджментом и товароведением
	Уметь (У): анализировать, планировать и организовывать процессы управления товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая выбор оптимальных решений по складированию, транспортировке, распределению товаров и контролю за их качеством, с учетом особенностей территориального рынка и специфики товарной номенклатуры, применяя методы складской логистики, транспортного обеспечения, операционного менеджмента и товароведения
	Владеть (В): современными методами и технологиями оптимизации логистических процессов, включая управление запасами, маршрутизацию, отслеживание грузов и координацию работы поставщиков и перевозчиков, а также обеспечение бесперебойного товародвижения на территории
ПК-2 Способность разрабатывать и внедрять эффективные торговые стратегии, адаптированные к специфике территориального рынка, включая формирование ассортимента, ценообразование, разработку программ лояльности и продвижение товаров	Знать (З): теоретические основы и принципы формирования эффективных торговых стратегий, включая бренд-менеджмент, товарную политику, управление ассортиментом, ценообразование и мерчандайзинг, с учетом особенностей и специфики территориального рынка и потребностей целевых сегментов потребителей
	Уметь (У): проводить анализ рынка и конкурентной среды, определять целевые сегменты потребителей и разрабатывать комплексные планы продаж, а также оценивать эффективность реализуемых стратегий на территории
	Владеть (В): современными методиками и инструментами разработки и реализации торговых стратегий, включая управление брендом, формирование ассортимента, установление ценовой политики, разработку эффективного мерчандайзинга и программ лояльности, а также адаптацию данных стратегий к специфике территориального рынка для

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
<p>ПК-3 Способность организовывать и оптимизировать все процессы, связанные с торговыми операциями, включая управление каналами продаж, мерчандайзинг, обеспечение качества продукции и обслуживания, а также организацию и контроль работы торгового персонала</p>	достижения поставленных коммерческих целей
	<p>Знать (З): теоретические основы и принципы организации и оптимизации торговых операций, включая управление каналами продаж, обеспечение качества продукции и обслуживания, управление продажами и использование инструментов электронной коммерции, а также их взаимосвязи для достижения эффективности торговых процессов на территории</p>
	<p>Уметь (У): использовать современные технологии и методы для повышения эффективности работы торговых точек и обеспечения удовлетворенности потребителей, а также анализировать финансовые показатели и операционные данные для оптимизации бизнес-процессов на территории</p>
<p>Владеть (В): современными методами и инструментами управления торговыми операциями, включая оптимизацию каналов продаж, обеспечение высокого уровня качества продукции и обслуживания, эффективное управление продажами, использование электронной коммерции, а также организацию и контроль работы торгового персонала для достижения поставленных коммерческих целей и адаптации к специфике территориального рынка</p>	
<p>ПК-4 Способность планировать, организовывать и контролировать бизнес-процессы в торговой компании, включая финансовое планирование, бюджетирование, управленческий учет, оценку экономической эффективности деятельности, а также разработку бизнес-планов и прогнозирование финансовых результатов</p>	<p>Знать (З): теоретические основы и принципы планирования, организации и контроля бизнес-процессов в торговой компании, включая финансовое планирование, бюджетирование, управленческий учет, оценку экономической эффективности, разработку бизнес-планов, прогнозирование финансовых результатов, а также правовое регулирование в сфере торговли и принципы противодействия коррупции и потребительскому экстремизму</p>
	<p>Уметь (У): анализировать экономические показатели, выявлять возможности для повышения прибыльности бизнеса и управлять рисками, а также обеспечивать соответствие деятельности законодательным и нормативным требованиям на территории</p>
	<p>Владеть (В): современными методами и инструментами бизнес-планирования, финансового управления, управленческого учета, оценки экономической эффективности, прогнозирования финансовых результатов, а также методами обеспечения соответствия деятельности правовым нормам, стандартам честной и прозрачной торговли и принципам противодействия коррупции и потребительскому экстремизму в торговых организациях на территории</p>
<p>ПК-5 Способность проводить маркетинговые исследования, анализировать потребительское поведение и рыночную ситуацию на территории для разработки эффективных стратегий продвижения и формирования лояльности клиентов</p>	<p>Знать (З): теоретические основы и принципы проведения маркетинговых исследований, анализа потребительского поведения и рыночной ситуации, разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций и понимания психологических аспектов управления для формирования эффективных стратегий продвижения и лояльности клиентов на территории</p>
	<p>Уметь (У): использовать современные инструменты и методы анализа рынка, включая SWOT-анализ, PEST-анализ, опросы и фокус-группы, а также разрабатывать интегрированные маркетинговые коммуникации, адаптированные к особенностям регионального рынка</p>
	<p>Владеть (В): современными методиками и технологиями проведения маркетинговых исследований, анализа потребительского поведения, разработки и реализации</p>

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты
	интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также стратегиями формирования лояльности клиентов на основе понимания психологических аспектов управления, что позволяет эффективно адаптировать маркетинговые стратегии к специфике территориального рынка

Профессиональные компетенции

тип задач – организационно-управленческий

Задача профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции
Организационно-управленческая	<p>ПК-1 Способность эффективно управлять товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая закупку, транспортировку, складирование и распределение товаров, с учетом особенностей территориального рынка</p> <p>ПК-3 Способность организовывать и оптимизировать все процессы, связанные с торговыми операциями, включая управление каналами продаж, мерчандайзинг, обеспечение качества продукции и обслуживания, а также организацию и контроль работы торгового персонала</p> <p>ПК-4 Способность планировать, организовывать и контролировать бизнес-процессы в торговой компании, включая финансовое планирование, бюджетирование, управленческий учет, оценку экономической эффективности деятельности, а также разработку бизнес-планов и прогнозирование финансовых результатов</p>
Аналитическая	<p>ПК-1 Способность эффективно управлять товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая закупку, транспортировку, складирование и распределение товаров, с учетом особенностей территориального рынка</p> <p>ПК-2 Способность разрабатывать и внедрять эффективные торговые стратегии, адаптированные к специфике территориального рынка, включая формирование ассортимента, ценообразование, разработку программ лояльности и продвижение товаров</p> <p>ПК-5 Способность проводить маркетинговые исследования, анализировать потребительское поведение и рыночную ситуацию на территории для разработки эффективных стратегий продвижения и формирования лояльности клиентов</p>
Расчетно-экономическая	<p>ПК-1 Способность эффективно управлять товарными потоками на всех этапах цепи поставок, включая закупку, транспортировку, складирование и распределение товаров, с учетом особенностей территориального рынка</p> <p>ПК-4 Способность планировать, организовывать и контролировать бизнес-процессы в торговой компании, включая финансовое планирование, бюджетирование, управленческий учет, оценку экономической эффективности деятельности, а также разработку бизнес-планов и прогнозирование финансовых результатов</p>

3.4. Требования к результатам освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» выпускник должен овладеть всей совокупностью универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, на которые ориентирована программа бакалавриата.

4 СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Структура и объем программы бакалавриата

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	195
Блок 2	Практика	36
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем программы бакалавриата		240

5 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП БАКАЛАВРИАТА/БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

5.1 Календарный учебный график

Календарный учебный график, в котором указывается последовательность реализации ОПОП ВО, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и государственную итоговую аттестацию, каникулы, представлен в электронном виде – на официальном сайте Университета.

5.2 Учебный план

Учебный план по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий», отображающий логическую последовательность освоения ОПОП ВО, обеспечивающий формирование компетенций, представлен в электронном виде – на официальном сайте Университета.

В основу составления учебного плана положены общие требования к структуре программы бакалавриата, сформулированные в разделе 2 ФГОС ВО и в разделе 4 образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения ОПОП ВО (дисциплин (модулей), практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указана общая трудоемкость дисциплин (модулей), практик, государственной итоговой аттестации в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В основной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и Блока 2 «Практика» указан перечень базовых дисциплин и практик, обеспечивающий формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных (при наличии).

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

5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий» имеются утвержденные в соответствующем порядке рабочие программы дисциплин (модулей).

В рабочих программах дисциплин (модулей) определены планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

В рабочих программах дисциплин (модулей) указаны результаты обучения по дисциплинам (модулям), которые соотнесены с установленными в разделе 3 программы бакалавриата индикаторами достижения компетенций.

Индекс	Наименование и краткое содержание дисциплины и практик	Объем, з.е.
Б1.О.01	<p>История России</p> <p>История в системе социогуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Исторические источники. 1. История как наука, ее место в системе наук вообще, в системе социально-гуманитарных наук в частности. 2. Объект и предмет науки. 3. Теория и методология исторической науки (формационный, цивилизационный, аналитический методы). 4. Сущность и функции исторических знаний истории России как составная часть всемирной истории, её особенности. Составные части (направления) Отечественной истории. 5. Историография Отечественной истории. 6. Источники по Отечественной истории (письменные, вещественные, научно - технические, изобразительные). Способы и формы получения анализа и сохранения исторической информации. Особенности становления государственности в России и мире. 1. Проблемы этногенеза и роль миграций в становлении народов. Проблемы этногенеза в ранней истории славян в исторической науке. 2. Особенности социально - политического развития Древнерусского государства. 3. Феодализм Западной Европы и социально - экономический строй Древней Руси: сходства и различия. 4. Христианизация; духовная и материальная культура Руси. Соседи Древней Руси в IX - XII вв. Международные связи древнерусских земель. Русские земли в XIII - XV вв. Европейское средневековье. 1. Средневековье как стадия исторического процесса в Западной Европе, на Востоке и в России: технологии, производственные отношения и способы эксплуатации, политические системы, идеология и социальная психология. 2. Образование монгольской державы. Социальная структура монголов. Причины и направления монгольской экспансии. 3. Ордынское нашествие; иго и дискуссии о его роли в становлении Русского государства. 4. Экспансия Запада. Александр Невский. Русь, Орда и Литва. 5. Объединение княжеств Северо - Восточной Руси вокруг Москвы. Россия в XVI - XVII вв. в контексте европейской цивилизации. 1. XVI - XVII вв. в мировой истории. Великие географические открытия и начало Нового времени в Западной Европе. Эпоха Возрождения. Реформация и ее экономические, политические, социокультурные причины. 2. Создание централизованного государства. Установление самодержавия в России. Крепостное право. 3. Россия в эпоху Ивана Грозного: поиск альтернативных путей социально - политического развития России. Опричнина. 4. «Смутное время» в истории России. Проблемы исторического развития в период «Смуты». Феномен самозванства. Воцарение династии Романовых. Россия в</p>	4

	<p>XVIII веке – веке модернизации и просвещения. 1. XVIII век в европейской и мировой истории. Проблема перехода в «царство разума». Идеология Просвещения - идейная основа модернизации общественной жизни в Европе в новое время. Особенности российской модернизации. 2. Россия в эпоху Петра I. Реформированная Россия и Европа: соотношение уровней развития. 3. Причины, социально - политическая сущность дворцовых переворотов. Фаворитизм. 4. Европейское Просвещение: духовная основа рационализма и модернизации. "Билль о правах", Конституция США и их влияние на европейскую мысль и радикализацию общественного сознания. Великая Французская революция. 5. Правление Екатерины II. "Просвещенный абсолютизм" второй половины XVIII века: его характерные черты, особенности и противоречия. Истоки и сущность дуализма внутренней политики.</p>	
Б1.О.02	<p>Безопасность жизнедеятельности Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Основные понятия и определения. Концепция приемлемого (допустимого) риска. Принципы, методы и средства обеспечения безопасности жизнедеятельности. Основы управления безопасностью жизнедеятельности. Общие закономерности адаптации организма человека к различным условиям. Краткая характеристика сенсорных систем с точки зрения безопасности. Управление факторами среды. Человек как элемент системы «человек – среда». Медико-биологические основы безопасности жизнедеятельности. Защита человека и окружающей среды от опасностей. Человек в мире опасностей. Социальные опасности, их классификация, причины и виды. Природные опасности. Биологические опасности. Техногенные опасности. Экологические опасности. Опасности технических систем и защита от них. Средства снижения травмоопасности технических систем. Обеспечение безопасности жизнедеятельности человека на производстве. Безопасность жизнедеятельности в условиях сельскохозяйственного производства. Правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности на производстве. Системы законодательных и нормативно-правовых актов в области безопасности жизнедеятельности. Государственная система организации охраны труда. Служба охраны труда и ее роль в профилактике травматизма. Травматизм, его анализ. Расследование и учет несчастных случаев. Номенклатура мероприятий по охране труда и их финансирование. Оценка состояния охраны труда. Инструктажи. Паспортизация рабочих мест. Первая медицинская помощь при переломах, ушибах, кровотечениях. Оказание первой помощи при поражениях электрическим током.</p>	3
Б1.О.03	<p>Русский язык и культура речи Современный литературный язык как основа профессиональной коммуникации и культуры деловой речи. 1. Язык и речь. Функции языка и речи. Понятие «современный русский литературный язык». 2. Типы лексики с точки зрения происхождения, времени и сферы употребления. 3. Типы лексики с точки зрения соотношения формы и лексического значения. 4. Понятие лексической сочетаемости.</p>	2

	<p>Понятие фразеологизма. Типы фразеологизмов. 5. Русский литературный язык как основа концепции культуры речи. Понятие культуры речи. Аспекты речевой культуры. 6. Понятие стиля. Стилистическая маркировка. 7. Функциональный стиль. Общая характеристика функциональных стилей русского литературного языка (публицистический, научный, официально-деловой, разговорный). 8. Понятие языковой нормы. Типы языковых норм. 9. Орфоэпические нормы (ударения, произношения). 10. Словообразовательные нормы. 11. Лексические нормы. 12. Грамматические нормы (Морфологические, синтаксические нормы). 13. Понятие деловой коммуникации. Профессиональные коммуникации юриста. 14. Коммуникативный кодекс делового человека Принцип кооперации Грайса. Принцип вежливости Лича. 15. Речевой этикет в устном общении. Основные принципы речевого этикета. 16. Слушание и его виды. 17. Невербальные средства общения (мимика, жесты).</p>	
Б1.О.04	<p>Физическая культура и спорт Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающихся. Общая физическая подготовка. Специальная физическая подготовка. Особенности общей и специальной физической подготовки студентов разных медицинских групп. Зоны и интенсивность физических нагрузок. 1.2. Социально-биологические основы физической культуры. Энергозатраты в процессе занятий физической культурой. Значение мышечной релаксации. Роль оздоровительной физкультуры в коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности студентов. 1.3. Здоровый образ жизни. Физическая культура в обеспечении здоровья. Формы занятий физическим и упражнениями. Структура и содержание учебного занятия оздоровительной направленности. 1.4 Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями. Врачебный контроль, его содержание. Самоконтроль, его основные методы и показатели, дневник самоконтроля. 1.5 Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности Корректировка содержания занятий со студентами разных медицинских групп по результатам показателей врачебно-педагогического контроля. Показания и противопоказания к занятиям физической культурой для студентов. Физиологические состояния и отрицательные реакции организма при занятиях физической культурой и спортом, первая помощь при некоторых болезненных состояниях и травмах.</p>	7
Б1.О.05	<p>Современные технологии поиска и обработки информации, ИИ, ФГИС Понятие информации, её свойства и виды, классификация информации; источники информации (печатные, электронные, аудиовизуальные, сетевые ресурсы); принципы организации и хранения данных, сходства и различия баз данных и баз знаний; информационная безопасность и защита данных, основные угрозы и методы защиты. Традиционные и современные методы поиска информа-</p>	4

	<p>ции; поисковые системы, алгоритмы ранжирования и индексация; формирование эффективных поисковых запросов (операторы поиска, ключевые слова, семантический поиск); специализированные поисковые инструменты и ресурсы (научные базы данных, корпоративные системы поиска); особенности поиска в локальных и глобальных сетях, в закрытой и открытой информации.</p> <p>Понятие искусственного интеллекта (ИИ), история развития и современные тенденции; основные направления ИИ (машинное обучение, нейронные сети, обработка естественного языка); классификация интеллектуальных систем (экспертные системы, рекомендательные сервисы, чат-боты); машинное обучение (обучение с учителем и без учителя, задачи классификации и кластеризации); применение ИИ в анализе данных (распознавание образов, речи, текста, анализ эмоциональной окраски); этические и правовые аспекты использования ИИ. Методы предварительной обработки данных (очистка, нормализация, трансформация); визуализация данных, инструменты и техники представления информации; анализ больших данных (Big Data), характеристики (4V), инструменты и платформы обработки; интеллектуальный анализ данных, методы и алгоритмы извлечения знаний; автоматизация обработки информации (скрипты, боты, API для интеграции сервисов).</p> <p>Понятие и назначение федеральных государственных информационных систем (ФГИС), нормативно-правовая база использования ФГИС в РФ; виды ФГИС (реестры, кадастры, порталы госуслуг и др.); структура и архитектура ФГИС (компоненты, взаимодействие модулей, интеграция с внешними системами).</p>	
Б1.О.06	<p>Математический анализ</p> <p>Введение в математический анализ: множества и операции над ними; функции одной переменной, их свойства и графики; элементарные функции. Пределы и непрерывность: предел последовательности; предел функции в точке и на бесконечности; односторонние пределы; непрерывность функции; точки разрыва. Дифференциальное исчисление функций одной переменной: производная и её геометрический/физический смысл; правила дифференцирования; производные высших порядков; теоремы Ферма, Ролля, Лагранжа, Коши; исследование функций и построение графиков. Интегральное исчисление функций одной переменной: неопределённый интеграл, методы интегрирования (замена переменной, интегрирование по частям); определённый интеграл, его свойства и геометрический смысл; формула Ньютона-Лейбница; приложения интегралов (площади, объёмы). Функции нескольких переменных: область определения; пределы и непрерывность; частные производные; полный дифференциал; экстремумы функций двух переменных. Кратные интегралы: двойной и тройной интегралы; их геометрический и физический смысл; вычисление и замена переменных (полярные, цилиндрические, сферические координаты). Криволинейные и поверхностные интегралы: интегралы первого и второго рода; формулы Грина, Стокса, Остроградского-Гаусса. Ряды: числовые ряды (сходимость, признаки сходимости); функциональные ряды; степенные ряды, радиус сходимости; ряды Тейлора и Маклорена;</p>	4

	<p>применение рядов для приближённых вычислений. Дифференциальные уравнения: уравнения первого порядка (с разделяющимися переменными, линейные, Бернулли); уравнения высших порядков, допускающие понижение порядка; линейные уравнения с постоянными коэффициентами; системы дифференциальных уравнений. Несобственные интегралы: интегралы с бесконечными пределами; интегралы от неограниченных функций; признаки сходимости. Элементы теории поля: скалярные и векторные поля; градиент, дивергенция, ротор; потенциальные и соленоидальные поля.</p>	
Б1.О.07	<p>Деловое общение Общение как социально-психологическая категория и теоретические основы делового общения, структура и принципы коммуникации, модель коммуникативного процесса, управление вниманием в общении. Особенности взаимодействия людей и механизмы взаимопонимания, восприятие людьми друг друга, формирование первого впечатления и длительное общение, барьеры в общении и способы их преодоления. Этика и этикет в деловом общении, этические принципы и нормы, «золотое» правило этики, обязательность, ответственность и компетентность как составляющие деловой этики, особенности общения «по вертикали» и «по горизонтали». Имидж делового человека, нормы этикета, правила использования визитных карточек, особенности официальных приёмов. Невербальные средства общения: жесты, позы, взгляды и их трактовка, проксемика и пространственное расположение собеседников, дистанция в общении, национальные особенности невербальной коммуникации, распознавание искренности и эмоций партнёра, паралингвистические особенности — интонация, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Культура устной и письменной речи в деловом общении, развитие речевой культуры, подготовка и проведение публичных выступлений, приёмы поддержания внимания аудитории. Деловая беседа и её этапы, культура организации деловых бесед и совещаний, виды совещаний, роль ведущего и поведение участников, подготовка и проведение брифингов и пресс-конференций. Особенности общения с иностранными партнёрами, национальные и культурные различия в деловом взаимодействии. Конфликты в деловой сфере: природа и причины, понятие конфликтогена, динамика и типология конфликтов, стратегии преодоления и разрешения конфликтных ситуаций. Деловые переговоры: классификация, разработка стратегии и тактики, подготовка вспомогательных материалов, стадии проведения, методы аргументации и риторические приёмы, возможные тактические ходы партнёров, способы завершения переговоров. Дистанционные формы делового общения: телефонный разговор, деловая переписка, электронные коммуникации.</p>	4
Б1.О.08	<p>Иностранный язык . Цели и задачи изучения учебной дисциплины «Английский язык». Английский язык как язык международного общения и средство познания национальных культур. Основные варианты английского языка, их сходство и различия. Роль английского языка в профессиональной деятельности. Приветствие, прощание, представление</p>	2

	<p>себя и других людей в официальной и неофициальной обстановке. Бытовая сфера общения. Учебно-познавательная сфера общения. Pre-Intermediate. Социально-культурная сфера общения. Профессиональная сфера общения Грамматика. Имя существительное. Образование множественного числа существительных, заимствованных из других языков; существительные, имеющие одну форму для единственного и множественного числа; чтение и правописание окончаний. Существительные исчисляемые и неисчисляемые. Описание человека (внешность, национальность, образование, личные качества, род занятий, должность, место работы и др.). Грамматика. Артикль. Артикли определенный, неопределенный, нулевой. Чтение артиклей. Употребление артикля в устойчивых выражениях, с географическими названиями, в предложениях с оборотом there + to be. Грамматика. Имя прилагательное. Образование степеней сравнения и их правописание. Сравнительные слова и обороты than, as . . . as, not so . . . as. Грамматика. Глагол. Глаголы to be, to have, to do, их значения как смысловых глаголов и функции как вспомогательных. Глаголы правильные и неправильные.</p>	
Б1.О.09	<p>Экономика и финансовая грамотность Деньги, финансы, финансовые цели, финансовое планирование, горизонт планирования, активы, пассивы, доходы (номинальные, реальные), расходы, личный бюджет, семейный бюджет, дефицит, профицит, баланс. Центральный банк РФ, его задачи, функции и роль в банковской системе России. Роль Центрального банка России в обеспечении защиты прав потребителей финансовых услуг. Образовательная функция Центрального банка России. Влияние банков и банковских продуктов на семейный бюджет. Банковский кредит, заемщик, виды кредита по целевому назначению, принципы кредитования (платность, срочность, возвратность). Основные условия кредитных договоров физических лиц с банками. Кредитная история клиента, коллекторы. Кредитная репутация. Номинальная процентная ставка по кредиту, полная стоимость кредита (ПСК). Потребительское кредитование. Схемы ипотечного кредитования жилищного строительства. Эффективная ставка по ипотеке и роль регулятора в её снижении. Обеспечение по кредитам. Реструктуризация задолженности перед банком и её условия. Небанковские финансовые организации (МФО), их типология. Основные виды услуг, предоставляемых некредитными финансовыми организациями. Специфика деятельности микрофинансовых организаций. Расчёт годовой ставки процента по договорам с МФО. Виды рисков домохозяйств при обращении в МФО. Взаимосвязь МФО и коллекторских агентств. Типичные ошибки потребителя финансовых услуг во взаимодействии с МФО организациями и другими небанковскими финансовыми институтами.</p>	3
Б1.О.10	<p>Философия Основные этапы и направления развития философской мысли. Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Специфика философских вопросов. Основные источники философии. Специфика философского знания. Мироззрение и его основные типы: миф, религия, философия. Философия и наука.</p>	3

	<p>Основные функции философии: Основные разделы философии. Критерии периодизации развития философии. Древнекитайская философия: специфические черты, основные философские школы. Древнеиндийская философия: специфические черты, основные философские школы. Античная философия: этапы (ранняя классика, средняя классика, высокая классика, эллинизм), основные проблемы и идеи. Влияние Библии на культуру и философию Средневековья. Нагорная проповедь. Философия Августина Блаженного. Еретические течения Средневековья. Роль церкви в духовном развитии. Схоластическая философия. Спор номиналистов и реалистов. Философские идеи Ф.Аквинского. Общество в философии Возрождения: «Утопия» Т.Мора. Социально-философские воззрения Т.Гоббса и Д.Локка. Учение об обществе и государстве Ж.-Ж.Руссо. Г.В.Ф.Гегель: философия истории. Марксизм. Теория общественно-экономических формаций. Русская философия XIX века: спор «западников» и «славянофилов». Философия евразийства.</p>	
Б1.О.11	<p>Основы Российской государственности</p> <p>Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои Страна в её пространственном, человеческом, ресурсном, идейно-символическом и нормативно-политическом измерении. Объективные и характерные данные о России, её географии, ресурсах, экономике. Население, культура, религии и языки. Современное положение российских регионов. Выдающиеся персоналии («герои»). Ключевые испытания и победы России, отразившиеся в её современной истории. Цивилизационный подход: возможности и ограничения Исторические, географические, институциональные основания формирования российской цивилизации. Особенности цивилизационного развития России: история многонационального (наднационального) характера общества, перехода от имперской организации к федеративной, межкультурного диалога за пределами России (и внутри неё). Роль и миссия России в работах различных отечественных и зарубежных философов, историков, политиков, деятелей культуры. Мировоззрение и идентичность Мировоззрение и его значение для человека, общества, государства. Мировоззренческая система российской цивилизации. Представление ключевых мировоззренческих позиций и понятий, связанных с российской идентичностью, в историческом измерении и в контексте российского федерализма. Значение коммуникационных практик и государственных решений в области мировоззрения (политика памяти, символическая политика и пр.) Ценностные принципы (константы) российской цивилизации: единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие. Их отражение в актуальных социологических данных и политических исследованиях.</p> <p>Конституционные принципы и разделение властей Объективное представление российских государственных и общественных институтов, их истории и ключевых причинно-следственных связей последних лет социальной трансформации. Основы конституционного строя России. Принцип разделения властей и демократия. Особенности современного российского</p>	2

	<p>политического класса. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации. Уровни организации власти в РФ. Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы Государственные проекты и их значение (ключевые отрасли, кадры, социальная сфера). Актуальные вызовы и проблемы развития России Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях. Глобальные тренды и особенности мирового развития. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации. Сценарии развития российской цивилизации Стабильность, миссия, ответственность и справедливость как ценностные ориентиры для развития и процветания России. Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики. Ответственность и миссия как ориентиры личностного и общественного развития.</p>	
Б1.О.12	<p>Интеллектуальные системы и цифровые инструменты Введение в интеллектуальные системы: понятие, цели и задачи; отличие данных от знаний; базовые понятия искусственного интеллекта (ИИ) и его роль в современных технологиях. История развития интеллектуальных систем и ИИ: ключевые этапы, вехи и достижения; вклад основоположников; эволюция технологий от ранних экспертных систем до современных нейросетей. Классификация интеллектуальных систем: экспертные системы, нейронные сети, системы поддержки принятия решений, многоагентные системы, интеллектуальные базы данных и др. Модели представления знаний: логическая, продукционная, фреймовая модели; семантические сети и онтологии; инженерия знаний. Нейронные сети: архитектура, типы (однослойные, многослойные и др.), алгоритмы обучения; задачи, решаемые с помощью нейросетей (классификация, прогнозирование, распознавание образов и речи). Машинное обучение и глубокое обучение: основные подходы (с учителем, без учителя, с подкреплением); популярные фреймворки и библиотеки (TensorFlow, PyTorch и др.). Обработка естественного языка (NLP): задачи и технологии (машинный перевод, чат-боты, анализ тональности, суммаризация текста); инструменты и платформы. Компьютерное зрение: основы и применение (распознавание объектов, лиц, анализ видео); библиотеки и инструменты (OpenCV и др.). Цифровые инструменты для разработки интеллектуальных систем: среды разработки, платформы и сервисы для создания и развёртывания ИИ-решений (включая облачные платформы — Google Cloud AI, AWS AI, Azure AI). Интеллектуальные роботы и автоматизированные системы: виды роботов, области применения, интеграция ИИ в робототехнику. Большие данные (Big Data) и интеллектуальный анализ данных: связь с интеллектуальными системами; инструменты обработки и анализа (Hadoop, Spark и др.). Этические и правовые аспекты применения ИИ: вопросы приватности, безопасности, ответственности, предвзятости алгоритмов; международные и российские нормы регулирования. Практическое применение</p>	2

	интеллектуальных систем в отраслях: бизнес, медицина, образование, производство, транспорт, финансы и т.д.; разбор кейсов. Перспективы развития интеллектуальных систем: тренды и инновации (генеративный ИИ, мультимодальные модели, автономные агенты и др.); вызовы и возможности.	
Б1.О.13	<p>Социология управления</p> <p>Социология управления как отрасль социологического знания: предмет объект задачи и функции; соотношение с другими дисциплинами (социологией организации, государственным управлением, политологией и т.д.). Управление как социальное явление: сущность, структура и функции управленческой деятельности; отличие понятий «управление» и «менеджмент». Исторические этапы становления социологических концепций управления; вклад ключевых теоретиков (Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Вебер, Э. Мэйо и др.). Субъекты и объекты управленческих отношений; уровни управления; власть и авторитет в организации, делегирование полномочий. Стили руководства и их социальная эффективность (авторитарный, демократический, попустительский); модель управленческой решётки Блейка-Моутона. Социальные группы в организации: виды (формальные/неформальные, первичные/вторичные и др.), групповая динамика, роли и нормы. Мотивация в системе управления: теории мотивации (Маслоу, Макклелланд, Херцберг, Врум и др.), потребности, интересы и ценности сотрудников. Организационная культура и её влияние на управленческие процессы; социальный контроль в организации, нормы и санкции. Коммуникации в управлении: вертикальные и горизонтальные связи, барьеры в коммуникации, информационные потоки. Конфликты в организациях: природа, причины, типология и стратегии разрешения; управление изменениями и стрессами. Коммуникации в управлении: вертикальные и горизонтальные связи, барьеры в коммуникации, информационные потоки. Конфликты в организациях: природа, причины, типология и стратегии разрешения; управление изменениями и стрессами. Социальное прогнозирование и проектирование в управлении: методы (экспертные оценки, метод Дельфи, сценарное моделирование и др.), принципы и этапы.</p> <p>Управление персоналом: найм, адаптация, обучение, оценка, планирование карьеры; управление знаниями и интеллектуальным капиталом. Современные тенденции в социологии управления: управление в информационном обществе, цифровизация управленческих процессов, новые формы трудовых отношений.</p>	5
Б1.О.14	<p>Служебная этика</p> <p>Служебная этика как система норм и принципов поведения в профессиональной деятельности: предмет задачи, функции; связь с профессиональной этикой и деловым этикетом. Основные принципы служебной этики: честность, ответственность, уважение, справедливость, конфиденциальность, пунктуальность, дисциплинированность. Нормы служебного поведения: правила взаимодействия в коллективе, соблюдение субординации, корректность и тактичность в общении. Этика взаимоотношений «руководитель — подчинённый»: стиль общения, делегирование полномочий, обратная связь, мотивация и поощрение сотрудников. Этика взаимодействия между коллегами: командная работа, разрешение рабочих</p>	5

	<p>конфликтов, взаимопомощь и поддержка. Служебный этикет: дресс-код, правила поведения на рабочем месте, организация деловых встреч и мероприятий. Коммуникативная этика: нормы устной и письменной деловой коммуникации, телефонный этикет, деловая переписка, цифровые каналы общения. Этика делового общения с внешними партнёрами и клиентами: вежливость, соблюдение договорённостей, работа с претензиями и жалобами.</p> <p>Конфиденциальность и защита информации: правила обращения с персональными и корпоративными данными, предотвращение утечки сведений. Профессиональная деформация и этические риски: признаки, профилактика, поддержание здорового морально-психологического климата в коллективе. Международные аспекты служебной этики: учёт культурных различий, особенности делового общения с иностранными партнёрами. Корпоративный кодекс этики: структура, значение, внедрение и соблюдение этических стандартов в организации.</p>	
Б1.О.15	<p>Статистика</p> <p>Теория статистики. Предмет, задачи, основные категории и понятия статистики. Основы статистики и статистическое наблюдение. Изучаются предмет метод и задачи статистики, история её развития и особенности методологии. Рассматривается система государственной статистики в РФ: структура органов, принципы учёта и законодательная база. Разбираются этапы, формы, виды и способы организации статистического наблюдения, а также ошибки наблюдения и методы их контроля.</p> <p>Методы обработки и анализа статистической информации. Выборочное статистическое наблюдение. Средние величины и показатели вариации. Ряды динамики. Индексы. Парная линейная регрессия. Социально-экономическая статистика. Статистика населения и уровня жизни. Статистика труда. Статистика национального богатства. Статистика сельского хозяйства. Статистика финансов предприятий. Статистическая методология национального счетоводства. Обработка и представление статистических данных. Освещаются вопросы сводки и группировки данных, включая виды группировок и перегруппировку. Изучаются ряды распределения и их графическое изображение (полигон, гистограмма, кумулята). Отдельное внимание уделяется наглядному представлению данных: правилам построения статистических таблиц и графиков, их видам и элементам. Анализ статистических данных и применение статистики</p> <p>Рассматриваются обобщающие показатели (абсолютные и относительные величины, средние величины и показатели вариации), анализ динамических процессов (ряды динамики, индексы), изучение взаимосвязей между явлениями (корреляционный и регрессионный анализ) и выборочный метод. Завершается курс изучением применения статистических методов в экономике и социальной сфере: анализом социально-экономических явлений, статистикой населения, труда, уровня жизни и отраслевой статистикой.</p>	4
Б1.О.16	<p>Паблик рилейшнз</p> <p>Введение в PR: понятие, сущность и цели PR; отличие PR от</p>	3

	<p>маркетинга и рекламы; функции и роль PR в современном обществе и бизнесе. История развития PR: ключевые этапы, вклад основоположников (Э. Бернейз и др.), эволюция PR-технологий. Основные принципы и этические нормы PR: профессиональные кодексы (Лиссабонский кодекс, Афинский кодекс, Российский кодекс и др.). Общественность и общественное мнение: понятие общественности, типология групп, факторы влияния на общественное мнение. Стратегическое планирование в PR: постановка целей и задач, анализ ситуации, разработка PR-стратегии и тактики, целеполагание и сегментация аудитории. Инструменты и каналы PR: СМИ, соцсети, собственные медиа, коллаборации с инфлюенсерами; организация мероприятий (пресс-конференции, брифинги, презентации, пресс-туры). Работа со СМИ: принципы взаимодействия, подготовка пресс-релизов, питчей, ньюсмейкинга; роль пресс-служб и пресс-центров. Корпоративный PR: формирование имиджа и репутации компании, управление HR-брендом, внутрикорпоративные коммуникации и корпоративная культура. Кризисный PR: типология кризисов, стратегии антикризисного управления, алгоритмы действий в кризисных ситуациях, восстановление репутации. Digital-PR и современные технологии: использование соцсетей, контент-маркетинг, работа с онлайн-репутацией, мониторинг упоминаний. Оценка эффективности PR-деятельности: KPI, метрики охвата и вовлечённости, анализ медиаприсутствия, ROI в PR. Особенности PR в разных сферах: бизнес, политика, НКО, культура, спорт; отраслевые кейсы и лучшие практики. Тенденции и перспективы развития PR: влияние цифровых технологий и ИИ, новые форматы коммуникаций, глобальные тренды в индустрии.</p>	
Б1.О.17	<p>Правоведение Понятие, сущность и свойства права. Отрасли права. Функции и принципы права. Источники права. Правоотношения. Правонарушения и юридическая ответственность. Понятие и виды законов. Подзаконные нормативные акты. Определение власти. Происхождение государства. Понятие и функции государства. Форма государственного устройства. Политический режим. Понятие конституционного права как отрасли права. Предмет конституционного права. Источники конституционного права. Институт основ конституционного права. Институт федеративного устройства. Институт высших органов государственной власти в РФ. Понятие гражданских правоотношений. Субъекты и объекты гражданского правоотношения. Виды правоотношений. Понятие гражданско-правового договора. Виды гражданско-правового договора. Порядок заключения гражданско-правового договора. Понятие и содержание трудового договора, условия и порядок его заключения. Виды трудового договора по сроку действия, форма трудового договора. Документы, предъявляемые работникам при заключении трудового договора. Испытание при приеме на работу; вступление трудового договора в силу. Расторжение трудового договора. Виды ответственности в трудовом праве: дисциплинарная и материальная. Субъекты и объекты дисциплинарной ответственности. Дисциплинарные взыскания. Условия материальной ответственности. Виды материальной от-</p>	3

	<p>ветственности: полная и ограниченная. Социальный наем жилого помещения Специализированный жилищный фонд. Управление многоквартирным домом.</p> <p>Жилищные кооперативы и товарищество собственников жилья.</p> <p>Правовое и противоправное поведение Элементы правонарушения.</p> <p>Виды ответственности и меры наказания. Особенности применения уголовной ответственности по отношению к несовершеннолетним.</p>	
Б1.О.18	<p>Цифровые трансформации, информационные технологии</p> <p>Различия современных подходов к анализу экономических трансформаций. Постиндустриальная стадия развития экономики. Шестой технологический уклад. NBIC - конвергенция. Узкое и широкое понимание цифровой экономики. Технологии, жизненный цикл технологий. Сквозные цифровые технологии. Киберфизические системы. «Умное» сельское хозяйство. Точное земледелие. Интеллектуальная добыча сырья. Индустрия 4.0. Аддитивные технологии. Автоматизация и роботизация производства и сферы услуг. Структурная и технологическая формы безработицы. Изменение рынка труда, появление новых профессий. Бизнес-экосистема, ее особенности и виды. Подходы к формированию бизнес-экосистем. Принципы функционирования бизнеса в экономике цифровых платформ и экосистем.</p>	3
Б1.О.19	<p>Анализ хозяйственной деятельности</p> <p>Понятие, задачи и роль анализа хозяйственной деятельности (АХД), предмет, объекты и принципы АХД, методы и методики АХД, анализ производства и реализации продукции, анализ ассортимента и структуры продукции, оценка качества и конкурентоспособности продукции, анализ ритмичности работы предприятия, анализ использования трудовых ресурсов, обеспеченность предприятия кадрами, показатели движения рабочей силы, анализ использования рабочего времени, производительность труда и факторы её роста, анализ фонда заработной платы, анализ основных средств, оценка обеспеченности и состояния основных средств, показатели эффективности использования основных фондов, анализ использования производственной мощности и оборудования, анализ материальных ресурсов, обеспеченность материальными ресурсами, эффективность использования материалов, нормирование и контроль расходования материалов, анализ себестоимости продукции, структура и динамика затрат, анализ прямых и косвенных затрат, затратноёмкость продукции и уровень безубыточности, маржинальный анализ и операционный рычаг, анализ финансовых результатов деятельности, состав и динамика прибыли, факторы изменения прибыли, анализ рентабельности, оценка уровня среднереализационных цен, анализ финансового состояния предприятия, вертикальный и горизонтальный анализ баланса, оценка ликвидности и платёжеспособности, финансовая устойчивость и её показатели, диагностика вероятности банкротства, анализ деловой активности и инвестиционной политики, показатели оборачиваемости активов и капитала, длительность операционного и финансового циклов, эффективность инвестиционной деятельности, управление капиталом и дивидендная политика, комплексный анализ и</p>	4

	<p>принятие управленческих решений, система показателей комплексного АХД, рейтинговая оценка деятельности предприятия, формирование аналитических выводов и рекомендаций, использование результатов анализа для стратегического планирования и бюджетирования, автоматизация аналитических расчётов.</p>	
Б1.О.20	<p>Бренд-менеджмент Основы бренд-менеджмента: понятие бренда, его отличие от торговой марки и товарного знака; роль бренда в бизнес-модели компании; эволюция брендинга в XXI веке. Современные концепции брендинга (подходы Д. Аакера, Т. Гэда, Ж.-Н. Капферера и др.); специфика брендов на рынках B2B и B2C. Типы брендов и архитектура бренд-портфеля: «дом брендов» и «брендированный дом»; корпоративные и товарные бренды; зонтичные марки, суббренды, частные торговые марки; кобрендинг. Стратегический анализ и маркетинговый аудит как основа платформы бренда; сегментирование рынка и моделирование потребительского инсайта. Модели идентичности бренда (модель Д. Аакера, призма Капферера, пирамиды бренда и др.); позиционирование бренда и типичные ошибки при его разработке. Элементы платформы бренда: ценностное предложение, миссия, видение, бренд-имидж. Атрибуты бренда и их функции (имя, логотип, фирменный стиль и т.д); критерии сильного коммерческого знака; этапы разработки идентификаторов. Жизненный цикл бренда и стратегические задачи управления; понятие капитала бренда; формирование и поддержание лояльности потребителей. Расширение и растяжение бренда: преимущества и риски; способы корректировки бренда (рестайлинг, репозиционирование, ребрендинг). Аудит бренда (внешний, внутренний, комплексный) и бренд-трекинг; инструменты портфельного анализа. Оценка стоимости бренда. Современные тренды и перспективы развития бренд-менеджмента.</p>	5
Б1.О.21	<p>Нормативно-правовое регулирование профессиональной деятельности Понятие и система источников торгового права в РФ; конституционные основы регулирования торговой деятельности; федеральные законы в сфере торговли: ключевые акты и их значение; роль подзаконных актов (постановлений, приказов, распоряжений) в регулировании торговли; влияние регионального законодательства на торговую деятельность; международные правовые акты, регулирующие торговлю, и их применение в РФ; правовой статус индивидуальных предпринимателей в торговле; юридические лица в торговле: организационно-правовые формы и ответственность; особенности деятельности иностранных субъектов в российской торговой сфере; правовое положение торговых сетей и малых предприятий; законодательство о розничной торговле: основные требования; правовые аспекты оптовой торговли и её особенности; правовое регулирование электронной коммерции и дистанционной торговли; торговля через маркетплейсы и онлайн-платформы: правовые нормы; особенности правового регулирования франчайзинга в торговле; договор розничной купли-продажи: содержание и особенности; договор</p>	4

	<p>поставки: существенные условия и порядок заключения; договоры комиссии, поручения и агентирования в торговле; договоры, содействующие торговле (на оказание маркетинговых услуг, рекламу, хранение и т.д.); порядок заключения, изменения и расторжения торговых договоров; законодательство РФ о защите прав потребителей: основные положения; права потребителей при обнаружении недостатков товара; порядок предъявления и рассмотрения претензий потребителей; стандарты и технические регламенты в торговле: требования к качеству и безопасности товаров; правовое регулирование маркировки, упаковки и сертификации товаров; правовое регулирование торговли алкоголем и табачными изделиями; особенности торговли лекарственными средствами и медицинскими изделиями; правовые требования к торговле продуктами питания; ограничения и запреты на торговлю отдельными видами товаров; законодательство о рекламе и его влияние на торговую деятельность; правовое регулирование торговой марки, бренда и товарных знаков; вопросы интеллектуальной собственности в торговле; антимонопольное законодательство и его применение в торговой сфере; органы государственного контроля и надзора в сфере торговли; виды ответственности за нарушение торговых норм (административная, гражданско-правовая, уголовная); порядок проведения</p>	
Б1.О.22	<p>Теория организации Введение в теорию организации; «Тектология» А. Богданова и теория организации; сущность понятия «организация»; объект, предмет и метод теории организации; связь теории организации с другими науками; организация как процесс; сущность организационного процесса; организационные процессы в природе и обществе; процесс самоорганизации; организация как система; определение понятия «система»; классификация систем; системные объекты; структура систем; понятия, характеризующие строение систем; виды структур; структурно-функциональный анализ; состояние систем; понятия, характеризующие функционирование и развитие системы; параметры системы и описание её состояний; поведение динамических систем; организация и управление; содержание и функции управления; закономерности систем; организационные принципы; система законов организации; социальная организация как система; переменные (характеристики) социальной организации; структура и функции социальной организации; управление социальной организацией; формальные и неформальные организации; организационное проектирование; типы организационных структур управления; принципы формирования организационных структур; механизмы получения синергического эффекта; закон самосохранения и механизмы самосохранения; закон онтогенеза и эволюционное учение; кибернетическая модель системы управления; законы управления (кибернетики); эффективность социальной организации; влияние внешней среды на организацию; жизненный цикл организации; типология и классификация организаций; горизонтальное и вертикальное разделение труда в организации; централизация и децентрализация в управлении; формализация и стандартизация в организации; технологии организационного проектирования;</p>	5

	методы анализа организационных структур; оценка организационной эффективности; современные тенденции в теории организации.	
Б1.О.23	<p>Экономическая теория</p> <p>Введение в экономическую теорию; основные этапы развития экономической теории (меркантилизм, классическая политэкономия, марксизм, неоклассика, кейнсианство и др.); предмет и методы экономической теории; экономические потребности и блага; закон роста общественных потребностей; производство как основа жизни общества; производительные силы и производственные отношения; типы и модели экономических систем (традиционная, командная, рыночная, смешанная); формы организации общественного хозяйства (натуральное, товарное производство); теория товара и стоимости; двойственный характер труда, воплощённого в товаре; закон стоимости и его действие; возникновение, сущность и функции денег; виды и формы денег, электронные деньги; теория спроса и предложения; рыночное равновесие и механизм его установления; эластичность спроса и предложения; теория потребительского поведения (полезность, кривые безразличия, бюджетное ограничение); теория фирмы и предпринимательства; издержки производства (постоянные, переменные, общие, средние, предельные); выручка и прибыль; максимизация прибыли; рынки факторов производства (труд, капитал, земля, предпринимательские способности); рынок труда и заработная плата; рынок капитала и процент; рынок земли и рента; конкуренция и монополия; виды рыночных структур (совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия); антимонопольное регулирование; теория производства и производственная функция; понятие и виды собственности; формы собственности и их эволюция; макроэкономические показатели; методы расчёта ВВП; экономический рост: типы, факторы, модели; макроэкономическое равновесие; совокупный спрос и совокупное предложение; безработица: виды, причины, последствия; инфляция: виды, причины, социально-экономические последствия; антиинфляционная политика; денежно-кредитная система и политика; функции и роль Центрального банка; коммерческие банки и их операции; инструменты денежно-кредитного регулирования; финансовая система и бюджетно-налоговая политика; государственный бюджет и его дефицит; государственный долг; налоги и налоговая система; фискальная политика государства; цикличность экономического развития; экономические циклы и их фазы; антициклическое регулирование; международная экономика.</p>	3
Б1.О.24	<p>Проектная деятельность</p> <p>Основы проектной деятельности: понятие проекта и его ключевые характеристики; отличие проекта от других видов деятельности; цели, задачи и принципы проектной работы. Типология проектов: классификация по масштабу (мелкие, средние, крупные), длительности (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные), сложности, предметной области и другим критериям; примеры разных типов проектов. Жизненный цикл проекта: основные этапы (инициация, планирование, реализация, мониторинг и контроль,</p>	3

	<p>завершение); задачи и результаты на каждом этапе. Постановка целей и задач проекта: формулировка SMART-целей; определение задач, ведущих к достижению цели; выявление и анализ проблемы, которую решает проект. Планирование проекта: разработка плана работ; распределение ролей и обязанностей в команде; составление графика (диаграмма Ганта и др.); оценка ресурсов и бюджета. Методы и инструменты проектной деятельности: мозговой штурм, метод аналогий, экспертные оценки, сетевое и календарное планирование, структурная декомпозиция работ (WBS), имитационное моделирование и т.д. Управление рисками и изменениями в проекте: идентификация рисков, их оценка и стратегии минимизации; механизмы реагирования на изменения в ходе реализации проекта. Командная работа и коммуникация: роли в проектной команде; принципы эффективного взаимодействия; разрешение конфликтов; инструменты командной работы и онлайн-коллаборации. Проектная документация: виды документов (техническое задание, план проекта, отчёт, паспорт проекта); требования к оформлению; ведение журнала проекта. Мониторинг и контроль хода проекта: ключевые показатели эффективности (KPI); методы отслеживания прогресса; корректировка плана при отклонениях. Завершение проекта и оценка результатов: подведение итогов; анализ достижений и ошибок; подготовка итогового отчёта; критерии успеха проекта.</p>	
Б1.О.25	<p>Менеджмент Основы менеджмента: понятие, сущность и задачи менеджмента; роль менеджера в организации; основные школы и подходы в теории управления (классическая школа, школа человеческих отношений, количественный, системный и ситуационный подходы). Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль; взаимосвязь и цикличность управленческих функций. Планирование в организации: виды планирования (стратегическое, тактическое, оперативное); постановка целей по методике SMART; разработка стратегий и сценариев развития. Организационные структуры управления: типы структур (линейная, функциональная, дивизиональная, матричная и др.); принципы построения; делегирование полномочий и распределение ответственности. Мотивация персонала: классические и современные теории мотивации (Маслоу, Герцберг, Макклелланд, Врума и др.); материальные и нематериальные методы стимулирования; формирование вовлечённости сотрудников. Лидерство и стили управления: понятия лидерства и власти; стили руководства (авторитарный, демократический, либеральный); модели эффективного лидерства. Принятие управленческих решений: процесс принятия решений; методы анализа и выбора альтернатив (экспертные оценки, SWOT-анализ, дерево решений и т. д.); управление рисками. Коммуникации в управлении: виды и каналы коммуникаций; вертикальные и горизонтальные связи; барьеры в коммуникации и способы их преодоления; эффективная обратная связь. Управление конфликтами: природа и типология конфликтов в организации; стратегии разрешения; профилактика деструктивных конфликтов. Контроль в системе менеджмента: виды контроля</p>	4

	(предварительный, текущий, заключительный); показатели эффективности; корректирующие действия. Корпоративная культура и этика управления: понятие и элементы корпоративной культуры; этические нормы и ценности; влияние культуры на эффективность организации. Современные тенденции в менеджменте: цифровизация управления; гибкие методологии (Agile, Scrum); управление знаниями и инновациями; устойчивое развитие и социальная ответственность бизнеса. Международное управление: особенности кросс-культурного менеджмента; глобальные стратегии компаний; адаптация управленческих практик к разным рынкам.	
Б1.О.26	<p>Маркетинг</p> <p>Основы маркетинга: понятие, сущность и цели маркетинга; роль маркетинга в современном бизнесе; базовые понятия (нужда, потребность, запрос, товар, обмен, рынок). Функции маркетинга: аналитическая, продуктово-производственная, сбытовая, формирующая (стимулирование спроса), управленческая и контрольная функции. Анализ маркетинговой среды: макросреда (PEST-анализ) и микросреда компании; анализ конкурентов, потребителей, поставщиков и посредников. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование: критерии сегментирования; методы выделения целевых сегментов; стратегии охвата рынка; позиционирование бренда и товара. Комплекс маркетинга (4P). Поведение потребителей: факторы, влияющие на принятие решения о покупке; модель покупательского поведения; процесс принятия решения потребителем. Поведение потребителей: факторы, влияющие на принятие решения о покупке; модель покупательского поведения; процесс принятия решения потребителем. Товар и товарная политика: классификация товаров; уровни товара («товар по замыслу», «товар в реальном исполнении», «товар с расширением»); управление товарным портфелем. Ценообразование: методы расчёта цен; стратегии ценообразования (с ориентацией на издержки, спрос, конкуренцию); психологические аспекты ценообразования. Продвижение и маркетинговые коммуникации: виды и инструменты коммуникаций; медиапланирование; оценка эффективности рекламных кампаний. Цифровой маркетинг: интернет-маркетинг, SMM, контент-маркетинг, email-маркетинг, SEO, контекстная реклама; аналитика и веб-метрики. Маркетинговые исследования: цели, задачи, виды исследований; методы сбора и анализа данных (качественные и количественные); работа с Big Data. Бренд-менеджмент: понятие бренда и его ценность; построение и управление брендом; капитал бренда; стратегии развития брендов. Международный маркетинг: особенности выхода на зарубежные рынки; адаптация маркетинговых стратегий к разным культурам и экономикам; глобальные и локальные бренды. Современные тенденции в маркетинге: устойчивое развитие и социально ответственный маркетинг; персонализация и гиперсегментирование; влияние ИИ и автоматизации; нейромаркетинг.</p>	3
Б1.О.27	<p>Управление конфликтами на предприятии</p> <p>Основы конфликтологии: понятие, сущность и функции конфликта</p>	4

	<p>(конструктивные и деструктивные); причины возникновения конфликтов; типология конфликтов (внутриличностные, межличностные, личностно-групповые, межгрупповые и др.). Динамика конфликта: стадии развития (предконфликтная, конфликтная, послеконфликтная); прогнозирование и диагностика потенциальных противоречий; создание благоприятного социально-психологического климата; чёткие коммуникации и правила взаимодействия. Технологии управления конфликтами: регулирование и ограничение остроты противостояния; поэтапный алгоритм действий руководителя или медиатора. Переговорные техники: принципы ведения конструктивных переговоров.</p> <p>Правовые и этические аспекты: нормы законодательства, регулирующие трудовые и социальные конфликты; этические кодексы поведения в конфликтном взаимодействии.</p>	
Б1.О.28	<p>Операционное и маркетинговое управление торговыми процессами</p> <p>Введение в операционное и маркетинговое управление торговыми процессами; сущность операционного маркетинга; уровни управления маркетингом (стратегический, тактический, оперативный); формирование операционного маркетингового плана; маркетинговый аудит торговой деятельности; разработка товарной политики и планирование ассортимента; управление товарным ассортиментом и категорийный менеджмент; ABC- и XYZ-анализ в управлении ассортиментом; планирование распределения товаров и управление каналами товародвижения; организация логистики и товароснабжения в торговой сети; управление запасами и оптимизация складских процессов; ценообразование в системе управления маркетингом; методы ценообразования и ценовая политика торгового предприятия; динамическое ценообразование и его применение; планирование продвижения продукта и коммуникационная политика; инструменты маркетинговых коммуникаций в торговле (реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг); трейд-маркетинг и промоакции в розничной торговле; мерчандайзинг и визуальная выкладка товаров; планировка торгового зала и зонирование пространства; правила выкладки товара и планограммы; управление клиентским опытом и сервисная политика торгового предприятия; стандарты обслуживания и контроль качества сервиса; методы оценки качества обслуживания (тайный покупатель, NPS, мониторинг отзывов); анализ потребительского спроса и покупательского поведения; методы исследования рынка и конкурентной среды (мониторинг цен, акций, ассортимента конкурентов); использование Big Data и CRM-систем в торговом маркетинге; управление персоналом в торговой организации (подбор, обучение, мотивация); KPI в торговле (выручка, средний чек, конверсия, потери); организация бизнес-процессов торгового предприятия (приёмка, выкладка, кассовые операции, работа с возвратами); управление рисками в торговой деятельности и методы их минимизации; цифровизация торговых процессов и внедрение автоматизированных систем; омниканальность и интеграция каналов продаж; особенности управления маркетплейсами и онлайн-платформами; анализ эффективности</p>	5

	торговых операций и КРІ торговой деятельности; бюджет маркетинга и распределение маркетингового бюджета; оценка эффективности маркетинговых мероприятий и ROI; современные тенденции в операционном и маркетинговом управлении торговыми процессами.	
Б1.О.29	<p>Логистика</p> <p>Основы логистики: понятие, цели и задачи; объект и предмет логистики; семь правил логистики; роль логистики в бизнесе и экономике; основные понятия. Функциональные области логистики: закупочная, производственная, распределительная (сбытовая), транспортная, складская, информационная, внешнеэкономическая логистика. Управление цепями поставок: понятие цепи поставок; координация участников; сквозное планирование и оптимизация потоков; модели управления цепями поставок. Закупочная логистика: выбор поставщиков; управление закупками; договоры поставки; контроль качества и сроков поставок; управление отношениями с поставщиками. Производственная логистика. Распределительная логистика: каналы распределения; управление заказами. Логистические затраты и их оптимизация: структура логистических издержек; методы снижения затрат; расчёт и анализ логистической себестоимости; КРІ в логистике.</p>	5
Б1.О.30	<p>Основы антикоррупционной политики</p> <p>Методологические основы коррупции Понятие и сущность коррупции, основные подходы к её определению Социально-правовые теории коррупции Причины и условия коррупции Формы проявления коррупции Классификация коррупции Последствия влияния коррупции на общество и государство. Стратегии противодействия коррупции Современные методы оценки коррупции Типология антикоррупционных стратегий (Реализация Национальной стратегии противодействия коррупции) Методы противодействия коррупции (институциональные инструменты, общественно-политические инструменты). Мониторинг коррупции. Задачи диагностики коррупции Инструменты антикоррупционного мониторинга Коррупционный риск: понятие, классификация и его оценка Методика выявления коррупционных рисков. Международно-правовые основы противодействия коррупции Основные международные правовые акты по противодействию коррупции Деятельность международных организаций по противодействию коррупции Формы, методы и способы зарубежной антикоррупционной практики Имплементация международно-правовых актов о противодействии коррупции в российское законодательство. Система российского законодательства по противодействию коррупции Федеральные законы по противодействию коррупции Нормативные правовые акты Президента Российской Федерации по противодействию коррупции Нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации по противодействию коррупции Нормативные правовые акты федеральных органов государственной власти по противодействию коррупции Нормативные правовые акты органов государственной власти субъектов Российской Федерации по противодействию коррупции.</p>	4

	<p>Субъекты противодействия коррупции в Российской Федерации Полномочия и деятельность Президента Российской Федерации в антикоррупционной политике. Парламент Российской Федерации в системе противодействия коррупции Правительства Российской Федерации в противодействии коррупции Органы государственной власти субъектов Российской Федерации как институты противодействия коррупции Органы местного самоуправления в деле противодействия коррупции. Иные органы государственной власти, специализирующиеся на борьбе с коррупцией. Роль институтов гражданского общества в противодействии коррупции. Формирование антикоррупционной культуры в обществе. Способы защиты граждан от коррупционных действий.</p>	
Б1.О.31	<p>Лидерство и корпоративная культура Основы лидерства: понятие и сущность лидерства; отличие лидера от руководителя; ключевые качества и компетенции лидера; эволюция теорий лидерства (теории черт, поведенческие и ситуационные теории, трансформационное и транзакционное лидерство). Стили лидерства: авторитарный, демократический, либеральный (попустительский), ситуационный, коучинговый и др.; выбор стиля в зависимости от ситуации, команды и задач. Роль лидера в организации: функции лидера; влияние на мотивацию и вовлечённость сотрудников; лидерство как инструмент достижения стратегических целей компании. Понятие корпоративной культуры: определение, сущность и значение; элементы корпоративной культуры (ценности, нормы, традиции, ритуалы, символы, мифы и истории компании). Типы корпоративной культуры: клановая, адхократическая, рыночная, иерархическая (по модели К. Камерона и Р. Куинна); анализ других типологий; примеры компаний с разными типами культуры. Формирование корпоративной культуры: роль основателя и топ-менеджмента; механизмы внедрения ценностей и норм; влияние внешней среды и национальных особенностей. Лидерство как фактор формирования и трансформации корпоративной культуры: как лидеры создают, поддерживают и меняют культуру; роль личного примера и коммуникации. Инструменты управления корпоративной культурой: корпоративные кодексы, миссия и видение компании, система поощрений и наказаний, обучение и адаптация персонала, корпоративные мероприятия. Диагностика корпоративной культуры: методы оценки (опросы, интервью, наблюдение, модели OSAI, Denison и др.); выявление разрывов между декларируемой и реальной культурой. Изменение корпоративной культуры: причины и необходимость трансформации; этапы и стратегии изменений; преодоление сопротивления; роль лидера в процессе изменений. Лидерство в условиях изменений и кризисов: адаптивное лидерство; управление командой в нестабильных условиях; поддержание ценностей и сплочённости коллектива.</p>	2
Б1.О.32	<p>АПК в системе государственного регулирования АПК: структура и роль в экономике: состав агропромышленного комплекса (сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность, инфраструктура); вклад АПК в ВВП и продовольственную безопасность страны. Цели и задачи госрегулирования АПК: обеспечение продовольственной</p>	2

	<p>безопасности; поддержка сельхозпроизводителей; стимулирование инвестиций; развитие сельских территорий. Нормативно-правовая база регулирования: ключевые законы и подзаконные акты; государственные программы развития АПК; международные обязательства (ВТО и др.). Инструменты госрегулирования: прямые (субсидии, дотации, гранты) и косвенные (налоговые льготы, кредитование, страхование) меры поддержки; ценовое регулирование и интервенции. Бюджетная поддержка АПК: механизмы финансирования; федеральные и региональные программы; распределение субсидий между регионами и отраслями. Государственная поддержка сельхозпроизводителей: льготное кредитование; субсидирование затрат на технику, удобрения, семена; компенсация части затрат на страхование. Регулирование рынков сельхозпродукции: товарные интервенции; экспортно-импортная политика; квоты и тарифы; контроль качества и сертификации. Развитие инфраструктуры АПК: поддержка логистики, хранения и переработки; модернизация сельхозтехники; развитие транспортной и сбытовой инфраструктуры. Инновации и цифровизация в АПК: госпрограммы внедрения технологий (точное земледелие, биотехнологии, ИИ); поддержка научных исследований и трансфера технологий. Развитие сельских территорий: программы комплексного развития; улучшение социальной инфраструктуры; поддержка малого агробизнеса и фермерства. Экологические аспекты госрегулирования: нормы экологической безопасности; поддержка экологически чистых технологий; ограничение пестицидов и агрохимикатов; устойчивое землепользование. Мониторинг и оценка эффективности госрегулирования: показатели эффективности (урожайность, рентабельность, экспортные объёмы); аудит программ поддержки; анализ влияния мер на развитие АПК. Мониторинг и оценка эффективности госрегулирования: показатели эффективности (урожайность, рентабельность, экспортные объёмы); аудит программ поддержки; анализ влияния мер на развитие АПК. Современные вызовы и тенденции: влияние санкций и геополитики; импортозамещение; климатические риски; цифровизация и автоматизация; развитие органического земледелия.</p>	
Б1.О.33	<p>Теория управления Основы теории управления: понятие, цели, задачи и функции управления; субъект и объект управления; базовые категории (цель, принципы, методы, законы, процесс управления). Эволюция управленческой мысли: основные школы и подходы (классическая школа, школа человеческих отношений, количественный, системный, ситуационный подходы); вклад ключевых теоретиков (Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Вебер и др.). Система управления: структура и элементы; прямые и обратные связи; виды систем управления. Функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль; их взаимосвязь и цикличность. Принципы управления: целенаправленность, экономичность, баланс централизации/ децентрализации, мотивация персонала, корпоративный дух и др. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические; критерии выбора</p>	5

	<p>методов. Организационные структуры управления: линейная, функциональная, дивизиональная, матричная и др.; преимущества и недостатки типов структур. Процесс принятия управленческих решений: этапы, модели и методы принятия решений; анализ альтернатив и оценка рисков. Коммуникации в управлении: виды и каналы коммуникаций; барьеры и способы их преодоления; роль обратной связи. Эффективность управления: критерии и показатели (результативность, экономичность, качество, оперативность); способы повышения эффективности. Современные тенденции в управлении: цифровизация и автоматизация процессов; гибкие методологии (Agile, Scrum); устойчивое развитие и социальная ответственность.</p>	
Б1.О.34	<p>Управление потребительским опытом и продажами Введение в управление потребительским опытом и продажами; понятие потребительского опыта (Customer Experience, CX); модели потребительского поведения и принятия решений; факторы, влияющие на потребительский опыт (культурные, социальные, психологические, ситуационные); процесс формирования потребительского восприятия и ожиданий; управление жизненным циклом клиента (Customer Lifecycle Management); сегментация аудитории и персонализация взаимодействия; создание ценностного предложения и управление восприятием ценности; стандарты обслуживания и сервисная политика компании; технологии повышения удовлетворённости потребителей; методы измерения удовлетворённости и лояльности (NPS, CSAT, CES); программы лояльности и их эффективность; управление жалобами и работа с негативным опытом потребителей; CRM-системы и их роль в управлении потребительским опытом; сбор и анализ обратной связи от клиентов; эмоциональный интеллект в продажах и обслуживании; техники активных продаж и работа с возражениями; управление клиентским путём (Customer Journey Mapping); точки контакта (touchpoints) и их оптимизация; мерчандайзинг и атмосфера торговой точки как элементы потребительского опыта; цифровой потребительский опыт и омниканальное взаимодействие; управление опытом в онлайн-каналах и мобильных приложениях; использование Big Data и аналитики для персонализации предложений; нейромаркетинг и поведенческая экономика в управлении опытом; визуальная коммуникация и дизайн интерфейсов (UX/UI) в продажах; автоматизация продаж и внедрение чат-ботов; управление репутацией бренда и онлайн-репутацией; событийный маркетинг и вовлечение потребителей; краудсорсинг и вовлечение клиентов в развитие продукта; оценка ROI маркетинговых и сервисных инициатив; ключевые показатели эффективности (KPI) в управлении потребительским опытом (конверсия, средний чек, LTV и др.); современные тренды и инновации в управлении потребительским опытом и продажами.</p>	5
Б1.О.35	<p>Управление проектами Основы управления проектами: понятие проекта, его признаки и цели; отличие проекта от операционной деятельности; ключевые термины (стейкхолдеры, жизненный цикл и др.). Жизненный цикл проекта: основные фазы (инициация, планирование, реализация,</p>	4

	<p>мониторинг и контроль, завершение); задачи и результаты на каждом этапе. Методологии управления проектами: классические (Waterfall) и гибкие подходы (Agile, Scrum, Kanban); критерии выбора методологии. Планирование проекта: постановка целей (SMART); разработка графика (диаграмма Ганта); распределение ресурсов и ролей (матрица RACI); составление бюджета. Управление содержанием и сроками: определение объёма работ (WBS — структурная декомпозиция работ); календарное планирование; контроль сроков. Управление затратами и бюджетом: оценка стоимости; составление сметы; контроль расходов; анализ отклонений. Управление рисками: идентификация и оценка рисков; стратегии реагирования (избегание, снижение, передача, принятие); план управления рисками. Управление качеством: стандарты качества; планирование качества; контроль и обеспечение качества на этапах проекта. Коммуникации в проекте: план коммуникаций; каналы и частота взаимодействия; отчётность; управление ожиданиями стейкхолдеров. Управление командой: формирование команды; распределение ролей; мотивация и развитие участников; разрешение конфликтов. Инструменты управления проектами: обзор ПО (Microsoft Project, Asana, Trello, Jira и др.); использование диаграмм, шаблонов и чек-листов. Мониторинг и контроль: ключевые показатели эффективности (KPI); отслеживание прогресса; управление изменениями; корректировка плана. Завершение проекта: подведение итогов; анализ результатов и извлечённых уроков (post-mortem); подготовка итогового отчёта; формальное закрытие проекта. Особенности управления разными типами проектов: IT, строительные, маркетинговые, социальные и др.; отраслевые нюансы и кейсы.</p>	
Б1.О.36	<p>Ценовая политика Понятие и сущность цены; теории цены; функции цены; принципы ценообразования; теория спроса и предложения; полезность цены; эластичность цены; равновесная цена; основные этапы ценообразования; ценовая информация; особенности ценообразования на различных рынках; структура цены; издержки и прибыль в составе цены; виды цен и их классификация; факторы, влияющие на формирование структуры и уровня цены; методы ценообразования (затратные, рыночные, параметрические); формирование цен на продукцию в различных отраслях экономики; государственное регулирование цен: направления и методы; взаимодействие цен и финансово-кредитной системы; роль цен в инфляционных процессах; сущность ценовой политики предприятия; методы реализации ценовой политики; стратегия и тактика формирования цен; виды ценовых стратегий (снятия сливок, проникновения, следования за лидером и др.); основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий; ценовая дискриминация; управление ценообразованием; цена и налоги (НДС, акцизы и др.); зависимость ценообразования от жизненного цикла товара; цена и конкурентоспособность продукции; методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги; понятие ценовой психологии и поведенческие аспекты ценообразования; основные целевые установки товаропроизводителей; теория игр в ценообразовании; инструменты ценовой политики (скидки,</p>	5

	<p>акции, пакетное ценообразование); качество продукции как инструмент ценовой политики; реклама как инструмент влияния на восприятие цены; территориальная дифференциация цен; ценообразование во внешнеэкономической деятельности; мировые цены и механизмы их формирования; таможенная стоимость и методы её определения; особенности ценообразования на услуги; цифровые технологии в ценообразовании и динамическое ценообразование; анализ эффективности ценовой политики; ключевые показатели оценки ценовой стратегии (маржинальность, ROI, доля рынка); современные тенденции и инновации в ценовой политике.</p>	
Б1.В.01	<p>Инновационный менеджмент Понятие и сущность инноваций; классификация инноваций (продуктовые, процессные, организационные, маркетинговые; радикальные и инкрементальные); жизненный цикл инноваций; теория длинных волн Н. Д. Кондратьева и её значение для инновационного менеджмента; понятие инновационной деятельности и её субъекты; национальная инновационная система; правовые основы инновационной деятельности; источники идей для инноваций; генерация и отбор инновационных идей; методы поиска инновационных решений (мозговой штурм, ТРИЗ, морфологический анализ, синектика и др.); инновационный потенциал организации; оценка инновационного потенциала предприятия; управление инновационными проектами; этапы инновационного проекта (идея, НИОКР, прототипирование, внедрение, коммерциализация); бизнес-планирование инновационных проектов; финансирование инновационной деятельности (собственные средства, венчурное финансирование, гранты, краудфандинг); венчурный капитал и его роль в развитии инноваций; государственная поддержка инновационной деятельности; инновационные кластеры и технопарки; управление интеллектуальной собственностью (патенты, авторские права, ноу-хау, товарные знаки); защита интеллектуальной собственности и лицензирование; коммерциализация инноваций и трансфер технологий; модели коммерциализации (лицензирование, стартапы, спин-оффы); оценка экономической эффективности инновационных проектов. инновационный маркетинг и продвижение инновационных продуктов; диффузия инноваций и модели принятия инноваций потребителями (модель Э. Роджерса); бенчмаркинг в инновационной деятельности; стратегическое управление инновациями; инновационные стратегии предприятия (лидерства, имитации, нишевые стратегии); организационные структуры управления инновациями (матричные, проектные, венчурные подразделения); управление знаниями и обучение в инновационной организации; KPI и оценка эффективности инновационной деятельности;</p>	5
Б1.В.02	<p>Товароведение промышленных товаров Введение в товароведение промышленных товаров; понятие и классификация промышленных товаров; принципы и методы товароведения; факторы, формирующие качество промышленных товаров; потребительские свойства промышленных товаров (функциональные, эргономические, эстетические, надёжность, безопасность); номенклатура показателей качества промышленных товаров; стандартизация и техническое регулирование промышленных товаров; системы стандартизации и виды стандартов; сертифика-</p>	4

	<p>ция промышленных товаров и подтверждение соответствия; маркировка промышленных товаров: требования и информация для потребителя; упаковка промышленных товаров: виды, функции, требования; транспортировка промышленных товаров и её влияние на качество; условия и сроки хранения промышленных товаров; складская логистика и управление товарными запасами; ассортимент промышленных товаров: формирование и управление; анализ и оптимизация товарного ассортимента; идентификация промышленных товаров; методы выявления фальсификации промышленных товаров; оценка качества промышленных товаров (органолептические, инструментальные методы); градации качества и дефекты промышленных товаров, причины их возникновения; управление качеством промышленных товаров на разных этапах товародвижения; факторы, сохраняющие качество промышленных товаров; товарные потери: виды, причины возникновения, меры предупреждения и снижения; товароведная характеристика текстильных товаров; товароведная характеристика кожевенно-обувных товаров; товароведная характеристика галантерейных товаров; товароведная характеристика бытовой химии и средств ухода; товароведная характеристика электробытовых товаров; товароведная характеристика строительных и отделочных материалов; товароведная характеристика посуды и хозяйственных товаров; информационное обеспечение товародвижения промышленных товаров; основы экспертизы промышленных товаров; нормативно-правовая база в области товароведения промышленных товаров; современные тенденции и инновации в товароведении промышленных товаров.</p>	
Б1.В.03	<p>Товароведение продовольственных товаров Введение в товароведение продовольственных товаров; понятие и классификация продовольственных товаров; принципы и методы товароведения в пищевой отрасли; факторы, формирующие качество продовольственных товаров (сырьё, технология производства, упаковка); потребительские свойства продовольственных товаров (пищевая ценность, биологическая ценность, усвояемость, безопасность); номенклатура показателей качества продовольственных товаров; стандартизация и техническое регулирование продовольственных товаров; системы стандартизации и виды стандартов для пищевых продуктов; сертификация продовольственных товаров и подтверждение соответствия требованиям безопасности; маркировка продовольственных товаров: требования и информация для потребителя; упаковка продовольственных товаров: виды, функции, требования к материалам; транспортировка продовольственных товаров и её влияние на качество и сохранность; условия и сроки хранения продовольственных товаров, режимы хранения; формирование, управление и оптимизация; идентификация продовольственных товаров и выявление фальсификации; оценка качества продовольственных товаров (органолептические, физико-химические, микробиологические методы); нормативно-правовая база в области товароведения продовольственных товаров (ТРТС, СанПиН, ГОСТы)</p>	4

Б1.В.04	<p>Поведение потребителей Введение в дисциплину «Поведение потребителей»; сущность понятия «поведение потребителей»; предмет и объект изучения дисциплины; методы изучения поведения потребителей; эволюция поведения потребителей и развитие наук о поведении; классификация потребностей и их взаимосвязь со спросом; модели поведения потребителей; этапы принятия решения о покупке; осознание потребности и концепция активизации потребности; поиск информации: внутренний и внешний поиск; оценка альтернатив и выбор товара; процесс покупки и факторы, его определяющие; импульсная покупка и поиск разнообразия; послепокупочное поведение потребителя; удовлетворённость и неудовлетворённость покупкой; когнитивный диссонанс и модель оправдания ожиданий; лояльность потребителей и повторные покупки; избавление от продукта: полное избавление, переработка, ремаркетинг; факторы внешнего влияния на потребительское поведение; влияние культуры на поведение потребителей (национальная культура, субкультуры, ценности и нормы); социальные классы и статусные группы; референтные группы и их виды; влияние семьи и домашнего хозяйства на покупки; факторы внутреннего влияния на потребительское поведение; потребности и мотивация (теории Маслоу, Фрейда и др.); личностные характеристики потребителей; жизненный стиль и ресурсы потребителя; восприятие и обработка информации потребителем; избирательность восприятия и перцептивные искажения; роль памяти и обучения в потребительском поведении; эмоции и их влияние на решения потребителя; знания, установки, намерения и отношения в жизни потребителя; организационное покупательское поведение; особенности принятия решений в организациях; «покупающий центр» и роли участников закупочного процесса; сегментация потребителей и методы её проведения; методы сбора и обработки информации о потребителях (опросы, фокус-группы, эксперименты, наблюдение); инструменты анализа данных о поведении потребителей; нейромаркетинг и поведенческая экономика в изучении потребителей; цифровые технологии и анализ потребительского поведения (Big Data, CRM-системы); программы повышения лояльности и удержания потребителей; современные тенденции в изучении поведения потребителей.</p>	5
Б1.В.05	<p>Бизнес-планирование Основы бизнес-планирования: понятие, цели и задачи; роль бизнес-плана в управлении компанией; виды бизнес-планов (внутренние/внешние). Структура бизнес-плана: ключевые разделы (резюме, описание бизнеса, анализ рынка, маркетинговый, производственный, организационный и финансовый планы, анализ рисков). Анализ рынка и конкурентов: сбор и обработка данных; оценка спроса; SWOT- и PEST-анализ; выявление конкурентных преимуществ. Маркетинговый план: целевая аудитория; позиционирование продукта; стратегия продвижения; ценообразование; каналы сбыта. Производственный план: технология производства/оказания услуг; необходимое оборудование и сырьё; расчёт мощностей; логистика и поставщики. Организационный план: структура управления; штатное расписание; квалификация персонала; график реали-</p>	4

	<p>зации проекта. Финансовый план: прогноз доходов и расходов; расчёт точки безубыточности; оценка инвестиций; прогноз движения денежных средств (cash flow); расчёт показателей эффективности (NPV, IRR, срок окупаемости). Анализ и управление рисками: идентификация рисков (финансовых, рыночных, операционных); оценка вероятности и последствий; стратегии минимизации. Источники финансирования: собственные средства, кредиты, гранты, инвестиции; подготовка заявки на финансирование; презентация бизнес-плана инвесторам. Инструменты и ПО для бизнес-планирования: специализированные программы и онлайн-сервисы (Project Expert, Business Plan PL, Excel и др.).</p> <p>Оценка эффективности и контроль реализации: KPI проекта; мониторинг выполнения плана; корректировка бизнес-плана. Типичные ошибки в бизнес-планировании: нереалистичные прогнозы, недооценка затрат и рисков, отсутствие гибкости, слабая проработка маркетинга и финансов.</p>	
Б1.В.06	<p>Транспортное обеспечение в туризме</p> <p>Предмет и задачи курса. Основные понятия о транспортных системах, используемые в ходе изучения курса. Виды транспорта и сферы его применения в туристской деятельности. Характеристика и состав транспортного комплекса, формы взаимодействия различных видов транспорта. Международные соглашения о перевозках в туризме. Нормативно-правовая база, регулирующая транспортное обеспечение в туризме. Региональные различия в уровне развития инфраструктуры автомобильного транспорта. Туристский продукт автомобильного транспорта. Нормативно-правовая база, регулирующая перевозки пассажиров автотранспортом. Технические, технологические, медицинские, организационные аспекты перевозок пассажиров автобусами. Специфика, связанная с категориями регулярных автобусных маршрутов (пригородные, междугородные, международные маршруты). Туристские автобусные маршруты. Караваны и кемперы. Наиболее важные вопросы подготовки туров, использующим автомобильный транспорт, с учетом индивидуальных потребностей клиентов: выбор фирмы, подвижного состава, маршрута, предметов, необходимых в путешествии, и т.п. Основы безопасности перевозок. Страхование на автомобильном транспорте. Атракции, выставки, шоу, зрелищные и спортивные мероприятия.</p>	8
Б1.В.07	<p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p> <p>Введение в маркетинговые исследования и ситуационный анализ; сущность и задачи маркетинговых исследований; виды маркетинговых исследований (разведывательные, описательные, каузальные); этапы проведения маркетингового исследования; определение проблемы и постановка целей исследования; разработка плана исследования; выбор методов сбора данных (первичные и вторичные данные); методы качественных исследований (фокус-группы, глубинные интервью, наблюдение); методы количественных исследований (опросы, эксперименты, панели); инструменты сбора данных (анкеты, чек-листы, технические средства); выборка и её формирование; обработка и анализ данных (статистические методы, контент-анализ);</p>	4

	<p>использование Big Data и CRM-систем в маркетинговых исследованиях; SWOT-анализ как инструмент ситуационного анализа; PEST-анализ (PESTEL) внешней среды; анализ микросреды компании (модель 5 сил Портера); анализ конкурентов и конкурентной среды; сегментация рынка и выбор целевых сегментов; позиционирование продукта и построение карт восприятия; анализ потребительского поведения и потребностей; исследование товарной политики и ассортимента; исследование ценовой политики и эластичности спроса; анализ каналов распределения и логистики; исследование коммуникационной политики и эффективности рекламы; бенчмаркинг в маркетинговых исследованиях; подготовка отчёта и презентация результатов исследования; принятие маркетинговых решений на основе данных исследования; современные тенденции и технологии в маркетинговых исследованиях.</p>	
Б1.В.08	<p>Управление продажами Введение в управление продажами; сущность и функции продаж в коммерческой деятельности; виды продаж (B2B, B2C, прямые, дистанционные, активные, пассивные); организация отдела продаж и структура управления; роли и компетенции сотрудников отдела продаж; планирование продаж и постановка целей (KPI, планы по объёму, ассортименту, прибыли); прогнозирование объёмов продаж; технологии активных продаж (AIDA, SPIN, SNAP и др.); работа с клиентской базой и CRM-системы; сегментация клиентов и управление клиентскими группами; управление воронкой продаж и конверсией; техники работы с возражениями и преодоления отказов; скрипты продаж и стандарты общения с клиентами; управление ключевыми клиентами (Key Account Management); управление каналами продаж (прямые продажи, дилерские сети, маркетплейсы, онлайн-платформы); особенности онлайн-продаж и омниканального подхода; мотивация и стимулирование персонала отдела продаж (оклад, бонусы, премии, нематериальная мотивация); обучение и развитие персонала в сфере продаж; контроль и оценка эффективности продаж (анализ динамики, рентабельности, среднего чека, конверсии); анализ и управление дебиторской задолженностью; управление запасами и ассортиментом в контексте продаж; ценовая политика и скидки в системе управления продажами; мерчандайзинг и его роль в увеличении продаж; взаимодействие отдела продаж с маркетингом, логистикой и сервисом; автоматизация процессов продаж и внедрение CRM; анализ конкурентной среды и адаптация стратегий продаж; антикризисные стратегии в управлении продажами; современные тренды и инновации в управлении продажами.</p>	5
Б1.В.09	<p>Цифровые продажи и логистика в торговле Введение в цифровые продажи и логистику в торговле; сущность и особенности цифровых продаж; модели электронной коммерции; платформы для цифровых продаж (интернет-магазины, маркетплейсы, соцсети, мессенджеры); создание и оптимизация веб-сайта для продаж; торговых онлайн-платформ; омниканальные продажи и интеграция каналов; управление онлайн-ассортиментом и каталогом товаров; цифровые инструменты продвижения; email-</p>	5

	<p>маркетинг и автоматизация рассылок; контент-маркетинг в цифровых продажах; аналитика веб-трафика и поведения пользователей (Google Analytics, Яндекс Метрика); метрики эффективности цифровых продаж; платёжные системы и онлайн-оплата (эквайринг, электронные кошельки, СБП); управление заказами в цифровой среде; цифровая логистика и её особенности; управление цепями поставок в цифровой экономике; автоматизация складской логистики (WMS-системы); управление запасами и прогнозирование спроса с помощью Big Data; технологии маркировки и отслеживания товаров (штрихкоды, RFID, Data Matrix); роботизация и автоматизация складских операций; маршрутизация и оптимизация доставки (TMS-системы); последняя миля и варианты доставки (курьерская, ПВЗ, постаматы); логистика маркетплейсов и фулфилмент-сервисы; кросс-докинг и экспресс-логистика; экологичная логистика и «зелёная» доставка; управление возвратами и обратной логистикой; кибербезопасность в цифровых продажах и логистике; защита данных и соответствие требованиям 152-ФЗ; интеграция ERP, CRM и WMS для сквозной автоматизации; цифровые двойники и моделирование логистических процессов; использование ИИ и машинного обучения в продажах и логистике; блокчейн в управлении цепями поставок; IoT и умные устройства в логистике; современные тренды и инновации в цифровых продажах и логистике.</p>	
<p>Б1.В.10</p>	<p>Организация и управление бизнесом на маркетплейсах Введение в работу с маркетплейсами; виды маркетплейсов и их особенности (российские и международные площадки); выбор маркетплейса для размещения товаров; регистрация и оформление личного кабинета продавца; правовые аспекты работы на маркетплейсах (договоры, ответственность, налогообложение); анализ спроса и подбор ассортимента для маркетплейсов; ценообразование и стратегии ценообразования на маркетплейсах; создание и оптимизация карточек товаров (заголовки, описания, фото, видео); SEO-оптимизация карточек товаров для повышения видимости; работа с отзывами и рейтингами; управление остатками и складская логистика для маркетплейсов; фулфилмент: схемы работы (FBO, FBS, DBS); интеграция с маркетплейсами через API и сторонние сервисы; автоматизация процессов управления продажами на маркетплейсах; продвижение товаров на маркетплейсах (внутренняя реклама, акции, скидки); инструменты платного продвижения (баннеры, буст продаж, полки); аналитика продаж и KPI на маркетплейсах (конверсия, оборачиваемость, маржинальность); мониторинг цен и конкурентный анализ на маркетплейсах; управление рекламным бюджетом и оценка ROI; работа с возвратами и претензиями на маркетплейсах; особенности документооборота и отчётности на маркетплейсах; взаимодействие с поддержкой маркетплейсов и решение спорных ситуаций; масштабирование бизнеса на нескольких маркетплейсах; кросс-платформенное управление ассортиментом и ценами; использование сервисов аналитики и мониторинга маркетплейсов (MPStats, Маяк и др.); риски и типичные ошибки при работе на маркетплейсах; юридические и финансовые риски, способы их</p>	<p>4</p>

	минимизации; тренды развития маркетплейсов и перспективы для бизнеса.	
Б1.В.ДВ.01.01	<p>Маркетинговое управление торговыми процессами</p> <p>Введение в маркетинговое управление торговыми процессами; роль маркетинга в управлении торговлей; анализ рыночной среды и конкурентного ландшафта; сегментация рынка и выбор целевых сегментов в торговле; позиционирование торговой компании и бренда; формирование товарной политики и управление ассортиментом; категорийный менеджмент в розничной торговле; ценовая политика и стратегии ценообразования в торговле; методы стимулирования сбыта и акции в торговой точке; мерчандайзинг и визуализация ассортимента; планировка торгового пространства и зонирование зала; управление клиентским опытом и сервисной политикой; программы лояльности и удержание покупателей; коммуникационная политика торговой компании; инструменты маркетинговых коммуникаций в торговле (реклама, PR, digital-маркетинг); продвижение в онлайн-каналах и омниканальная стратегия; использование CRM-систем для управления отношениями с клиентами; анализ потребительского поведения и покупательских паттернов; сбор и анализ данных о продажах и эффективности торговых точек; ключевые показатели эффективности (KPI) в торговом маркетинге (конверсия, средний чек, трафик, LTV); бюджетирование маркетинговых активностей в торговле; планирование и реализация маркетинговых кампаний; оценка эффективности маркетинговых мероприятий и ROI; взаимодействие отдела маркетинга с продажами, логистикой и закупками; автоматизация маркетинговых процессов в торговле; цифровые инструменты и технологии в торговом маркетинге (Big Data, аналитика, чат-боты); тренды и инновации в маркетинговом управлении торговыми процессами.</p>	3
Б1.В.ДВ.01.02	<p>Интеграционные маркетинговые коммуникации</p> <p>Введение в интеграционные маркетинговые коммуникации (ИМК); сущность и принципы ИМК; цели и задачи ИМК в современном маркетинге; компоненты комплекса ИМК (реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи); модель взаимодействия элементов ИМК; эволюция ИМК и современные тенденции; анализ целевой аудитории для ИМК-стратегии; позиционирование бренда в системе ИМК; разработка единой коммуникационной стратегии; планирование ИМК-кампаний: этапы и инструменты; медиапланирование и выбор каналов коммуникации; традиционные каналы в ИМК (ТВ, радио, пресса, наружная реклама); цифровые каналы в ИМК (соцсети, email-маркетинг, контекстная реклама, SEO); омниканальный подход в ИМК; интеграция онлайн- и офлайн-коммуникаций; контент-маркетинг как элемент ИМК; бренд-коммуникации и управление репутацией; PR-активности в рамках ИМК (пресс-релизы, мероприятия, работа со СМИ); стимулирование сбыта и промоакции в системе ИМК; прямой маркетинг и персонализированные коммуникации; использование CRM-систем для координации ИМК; оценка синергии каналов в ИМК; измерение эффективности ИМК-кампаний (KPI, ROI, охват, вовлечённость); инструменты аналитики и мониторинга</p>	3

	коммуникаций; бюджетирование ИМК-проектов; управление рисками в ИМК; этические и правовые аспекты маркетинговых коммуникаций; кросс-культурные особенности ИМК на международных рынках; использование Big Data и ИИ в планировании ИМК; автоматизация процессов ИМК; тренды и инновации в интеграционных маркетинговых коммуникациях.	
Б1.В.ДВ.02.01	<p>Управленческие решения</p> <p>Введение в управленческие решения; сущность и функции управленческих решений (УР); типология и классификация УР; субъекты и объекты УР; принципы принятия УР; процесс разработки УР: этапы и алгоритмы; диагностика проблем и постановка целей; анализ внешней и внутренней среды организации; методы сбора и обработки информации для принятия решений; модели принятия УР (рациональные, интуитивные, основанные на суждениях); методы разработки УР (экспертные оценки, мозговой штурм, Дельфи, SWOT-анализ, PEST-анализ); математические и экономико-математические методы в принятии решений (линейное программирование, теория игр, имитационное моделирование); принятие решений в условиях неопределённости и риска; виды рисков и методы их оценки; стратегии управления рисками; альтернативные варианты решений и их оценка; дерево решений и платёжная матрица; прогнозирование последствий УР; ресурсное обеспечение реализации УР; мотивация персонала при реализации УР; контроль исполнения и корректировка УР; оценка эффективности УР (экономическая, социальная, организационная); показатели и методики оценки эффективности; автоматизация процессов принятия УР (информационные системы, CRM, ERP); человеческий фактор и психология принятия УР; коллективные и индивидуальные решения; этические и правовые аспекты УР; ответственность за принятые решения; ошибки в принятии УР и способы их предотвращения; современные технологии и инструменты поддержки принятия решений; тренды и инновации в области управленческих решений.</p>	3
Б1.В.ДВ.02.02	<p>Управление изменениями</p> <p>Введение в управление изменениями; сущность и виды организационных изменений; факторы, вызывающие необходимость изменений в организации; модели управления изменениями (модель Курта Левина, ADKAR, 8-шаговая модель Коттера); жизненный цикл изменений; планирование изменений: цели, задачи, этапы; анализ готовности организации к изменениям; диагностика текущего состояния и выявление «точек сопротивления»; оценка рисков и препятствий при внедрении изменений; стратегии внедрения изменений (эволюционные, революционные, директивные, партисипативные); управление сопротивлением изменениям и методы его преодоления; коммуникация в процессе изменений; вовлечение и мотивация сотрудников при внедрении изменений; роли и компетенции лидеров изменений; формирование команды изменений; обучение и развитие персонала в условиях изменений; инструменты управления изменениями (чек-листы, дорожные карты, Gantt-диаграммы); управление изменениями в корпоративной культуре; трансформация бизнес-процессов и реинжиниринг; цифровые трансформации и внедрение новых технологий; управление изменениями в кризисных ситуациях; антикризисные стратегии и адаптация бизнеса; мониторинг и контроль реализации изменений; оценка эффективности внедрённых изменений (KPI, метрики успеха); обратная связь и корректировка планов изменений; управление изменениями при слияниях и поглощениях; правовые и этические аспекты управления изменениями; кейс-стади успешных и неудачных изменений в компаниях; современные тренды и</p>	3

	лучшие практики управления изменениями.	
Б1.В.ДВ.03.01	<p>Игровые командные виды спорта</p> <p>1.1. Комплексы упражнений по развитию основных двигательных качеств: воспитание общей и специальной выносливости, координации движений, скорости перемещения, скоростно-силовых качеств, гибкости, силы. 1.2. Специальные беговые упражнения: бег с высоким подниманием бедра, бег с захлестыванием голени, бег прямыми ногами, семенящий бег. Специальные прыжковые упражнения. Бег прыжками. Прыжки приставными шагами. Скачки. Общеразвивающие упражнения, для воспитания кондиционных и координационных физических качеств</p> <p>2.1 Места занятий, оборудование, инвентарь; инструктаж по технике безопасности при занятиях избранным видом спорта; игровая площадка (размеры, линии, зоны); мячи (размеры, вес); 2.2 Правила игры и методика судейства избранного вида спорта: расстановка игроков на поле, правила игры, подсчет очков, жесты судей. 2.3. Обучение технике игры избранного вида спорта Двигательная деятельность в рамках избранного вида спорта.</p>	
Б1.В.ДВ.03.02	<p>Аэробная гимнастика</p> <p>1.1. Комплексы упражнений по развитию основных двигательных качеств: воспитание общей и специальной выносливости, координации движений, скорости перемещения, скоростно-силовых качеств, гибкости, силы. 1.2. Специальные беговые упражнения: бег с высоким подниманием бедра, бег с захлестыванием голени, бег прямыми ногами, семенящий бег. Специальные прыжковые упражнения. Бег прыжками. Прыжки приставными шагами. Скачки. - Психофизическая готовность студента. Развитие гибкости и пластичности тела средствами оздоровительной аэробики. Система стретчинг. -Развитие силовых способностей занимающихся средствами аэробики. Использование спортивного инвентаря. -Восстановление гибкости тела и организма в целом путем оздоровительной системы Пилатес. -Упражнения, способствующие общей выносливости Организма. 2.1 Места занятий, оборудование, инвентарь; инструктаж по технике безопасности при занятиях избранным видом спорта; 2.2 Методика судейства избранного вида спорта. 2.3. Обучение технике игры избранного вида спорта Психофизическая готовность студента. - Средства и методы тренировки в тренажерном зале. - Физическая тренировка без предмета. - Физическая тренировка на тренажерах. Основные формы движения, напряжение и расслабление мышц при выполнении упражнений. - Выполнение основных движений с различной скоростью. - Комплексы упражнений на коррекцию осанки и развитие мышц. - Комплексы упражнений на развитие физических качеств и правила их выполнения. - Контроль за правильностью выполнения физических упражнений и тестирования физических качеств.</p>	
Б1.В.ДВ.03.03	<p>Легкая атлетика</p> <p>1.1. Комплексы упражнений по развитию основных двигательных качеств: воспитание общей и специальной выносливости, координации движений, скорости перемещения, скоростно-силовых качеств, гибкости, силы. 1.2. Специальные беговые упражнения: бег с высоким подниманием бедра, бег с захлестыванием голени, бег прямыми ногами, семенящий бег. Специальные прыжковые упражнения. Бег прыжками. Прыжки</p>	

	<p>приставными шагами. Скачки. Общеразвивающие упражнения, для воспитания кондиционных и координационных физических качеств. 2.1 Места занятий, оборудование, инвентарь; инструктаж по технике безопасности при занятиях избранным видом спорта; игровая площадка (размеры, линии, зоны); 2.2 Методика судейства избранного вида спорта. 2.3. Обучение технике игры избранного вида спорта Бег на короткие и средние дистанции. Развитие быстроты, скоростно-силовых качеств Кросс (бег по пересеченной местности, ориентирование на местности). Развитие общей выносливости. Прыжки и прыжковые упражнения. Развитие силы, быстроты, гибкости, скоростно-силовых качеств, силовой выносливости.</p>	
Б1.В.ДВ.03.04	<p>По общефизической подготовке для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Учебно-тренировочные занятия Физическая культура и спорт как социальный феномен современного общества. Средства физической культуры. Основные составляющие физической культуры. Социальные функции физической культуры. Формирование физической культуры личности. Физическая культура в структуре профессионального образования. Организационно-правовые основы физической культуры и спорта студенческой молодежи России. Общая психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента. Общие закономерности и динамика работоспособности студентов в учебном году и основные факторы ее определяющие. Признаки и критерии нервно-эмоционального и психофизического утомления. Регулирование работоспособности, профилактики утомления студентов в определенные периоды учебного года. Оптимизация сопряженной деятельности студентов в учебе и спортивном совершенствовании. Воздействие социально-экологических, природно-климатических факторов и бытовых условий жизни на физическое развитие и жизнедеятельность человека. Организм человека как единица саморазвивающаяся биологическая система. Анатомо-морфологическое строение и основные физиологические функции организма, обеспечивающие двигательную активность. Физическое развитие человека. Роль отдельных систем организма в обеспечении физического развития, функциональных и двигательных возможностей организма человека. Двигательная активность и ее влияние на устойчивость, и адаптационные возможности человека к умственным и физическим нагрузкам при различных воздействиях внешней среды. Степень и условия влияния наследственности на физическое развитие и на жизнедеятельность человека.</p>	
ФТД.01	<p>Основы библиотечно-библиографических знаний АПУ –алфавитно-предметный указатель. Систематический каталог. Алфавитный каталог. Электронный каталог. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. Понятий ряд библиотечно-библиографической деятельности. Современный документальный поток. Информационно-поисковая система библиотеки.</p>	

	Библиографическое описание документа. Технологические операции составления библиографического описания: анализ документа, выявление библиографических сведений. Электронные ресурсы. Объекты описания: ресурсы локального доступа, ресурсы удаленного доступа. Типы поисковых средств Интернет. Регистрация в нескольких электронных библиотечно-информационных системах и использование их информационных ресурсов. Требования к оформлению курсовых работ. Требования к оформлению дипломных работ.	
ФТД.02	<p>Рекламная деятельность</p> <p>Основы рекламы: понятие, цели, задачи и функции рекламы; виды рекламы (коммерческая, социальная, политическая); роль рекламы в маркетинге и экономике. Участники рекламного процесса: рекламодатели, рекламные агентства, СМИ, потребители; их роли и взаимодействие; структура рекламного рынка. Маркетинговые коммуникации: реклама в системе ИМК (интегрированных маркетинговых коммуникаций); связь с PR, стимулированием сбыта, директ-маркетингом. Исследование аудитории и рынка: сегментация и выбор целевой аудитории; анализ конкурентов; изучение потребительского поведения; сбор данных для разработки рекламных стратегий. Стратегическое планирование рекламы: постановка целей (SMART); разработка рекламной стратегии; формирование бюджета; медиапланирование. Средства и каналы распространения рекламы: ТВ, радио, пресса, наружная реклама, digital-каналы (контекст, таргет, SMM); преимущества и недостатки носителей. Создание рекламного продукта: разработка креативной концепции; написание текстов; дизайн и визуализация; производство роликов, баннеров, полиграфии. Digital-реклама и интернет-продвижение: контекстная и таргетированная реклама; SMM; email-маркетинг; SEO; работа с блогерами и инфлюенсерами. Брендинг и реклама: формирование и продвижение бренда; УТП (уникальное торговое предложение); фирменный стиль и айдентика. Оценка эффективности рекламы: KPI (охват, конверсия, ROI); методы измерения коммуникативной и экономической эффективности; A/B-тестирование. Этика и социальная ответственность в рекламе: этические нормы; ограничения на рекламу отдельных товаров (алкоголь, табак и т. д.); социальная реклама. Современные тренды в рекламе.</p>	
Б2.О.01(У)	<p>Учебная практика</p> <p>Формирование универсальной и общепрофессиональной компетенций, обучение основам профессиональной деятельности, приобретение новых и закрепление уже полученных знаний в соответствии с выбранным направлением обучения</p>	6
Б2.О.02(У)	<p>Практика (научно-исследовательская работа)</p> <p>Формирование универсальной, общепрофессиональной и профессиональных компетенций, обучение основам профессиональной деятельности, приобретение новых и закрепление уже полученных знаний в соответствии с выбранным направлением обучения.</p>	6
Б2.О.03(П)	<p>Производственная (торгово-экономическая) практика</p> <p>Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретение практических навыков и развитие профессиональных качеств будущего бакалавра; закрепление</p>	6

	теоретических знаний и практических компетенций в сфере профессиональной деятельности по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, приобщение к социальной среде обитания в трудовой деятельности.	
Б2.О.04(П)	Производственная (торгово-управленческая) практика Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретение практических навыков и развитие профессиональных качеств будущего бакалавра; закрепление теоретических знаний и практических компетенций в сфере профессиональной деятельности по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, приобщение к социальной среде обитания в трудовой деятельности.	12

5.4 Программы практик

В Блок 2 «Практики» входят 4 практики.

Типы учебной практики:

Учебная практика: ознакомительная;

Учебная практика: научно-исследовательская работа.

Типы производственной практики:

Производственная (торгово-экономическая) практика;

Производственная (торгово-управленческая) практика.

Производственная практика (преддипломная).

Способы проведения производственной практики: стационарная и выездная.

Объем практик каждого типа установлен в учебном плане.

Результаты обучения по практикам, установлены в программах практик (фонды оценочных средств) и соотнесены с установленными в разделе 3 программы бакалавриата индикаторами достижения компетенций.

Практики могут проводиться в структурных подразделениях Университета. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья обучающихся и требования по доступности.

Программы практик представлены в печатном виде на выпускающей кафедре, в электронном виде – на официальном сайте Университета.

5.5 Программа Государственной итоговой аттестации обучающихся

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Торговая логистика территорий».

Государственная итоговая аттестация проводится в соответствии с утвержденной Программой государственной итоговой аттестации. Профиль государственной итоговой аттестации обучающихся представлена в печатном виде на кафедре, в электронном виде – на официальном сайте Университета.

5.6 Оценочные материалы

Оценочные материалы формируются в соответствии с «Положением о формировании фонда оценочных средств» и включают в себя:

фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике;

фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации.

Фонды оценочных средств представлены в виде приложения к рабочим программам дисциплин (модулей), практик, программе государственной итоговой аттестации.

5.7 Методические материалы

Методические материалы формируются в целом по образовательной программе и (или) по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, государственной итоговой аттестации и включают: методические рекомендации по изучению дисциплины и (или) методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и (или) методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта) и (или) другие методические материалы, предусмотренные рабочими программами.

6 РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1 Кадровое обеспечение

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками вуза, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового характера.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональным стандартам (при наличии). Количество научно-педагогических работников, имеющих ученую степень доктора наук составляет 6 человек, кандидатов наук 33 человека.

Количество работников из числа руководителей профессиональных организаций составляет 2 человека, работников профильных организаций составляет 1 человек.

Профильные организации: Звездный городок Московской области; Министерство по культуре и туризму Московской области; АО «Зеленоградское» Пушкинского района Московской области

6.2 Материально-техническое обеспечение

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Помещения Университета представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.3 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

Основная образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание всех учебных дисциплин (модулей) представлено в сети «Интернет» или локальной сети образовательного учреждения по адресам <http://www.rgazu.ru/index.php/bibl>, <http://ebs.rgazu.ru/>, www.lib.rgazu.ru. Общий фонд библиотеки университета, на 01.01.2022 составляет 600625 экземпляров, в том числе 252768 экземпляров учебной литературы, 38068 экземпляров учебно-методических пособий.

Читальный зал на 130 посадочных мест. Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета 0,25 экземпляра каждого из изданий в рабочих программах дисциплин, практик на одного обучающегося числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину, проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе применения дистанционных образовательных технологий к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7 ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

В Университете создана социокультурная среда и благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся. Социокультурная среда Университета представляет собой совокупность концептуальных, содержательных, кадровых, организационных и методических ресурсов, направленных на создание гуманитарной среды, которая обеспечивает развитие общекультурных компетенций студентов.

Целью воспитания студентов в Университете является обеспечение оптимальных условий для разностороннего развития личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, гражданской ответственностью, способного к профессиональному, интеллектуальному и социальному творчеству.

Цель обуславливает следующие основные задачи воспитательной деятельности:

- приобщение студенчества к общечеловеческим ценностям, национальным устоям;
- формирование у студентов гражданской позиции и патриотического сознания, правовой и политической культуры;
- формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности;
- воспитание студентов в духе академической корпоративности и солидарности, профессиональной чести и научной этики;
- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде обитания.

Направления воспитательной деятельности находят своё выражение в конкретных видах воспитательной работы.

Учебный процесс в целом, каждая дисциплина в отдельности нацелены на решение воспитательных задач, которые имеют свою социально-возрастную специфику на разных стадиях реализации образовательных программ.

Общение студентов с преподавателем, начавшись на занятиях, получает естественное продолжение во внеучебной работе. Огромное значение в плане личностного и профессионального становления будущих специалистов имеют различные внеаудиторные формы научно-образовательной деятельности: научные общества, клубы, секции.

Преподаватель играет ключевую роль как в обучении студента и усвоении им профессиональных умений и навыков, так и в самом процессе вхождения студента в академическое сообщество. Адаптация первокурсников к условиям обучения в Университете является одной из важнейших учебно-воспитательных проблем, поскольку стресс, естественно возникающий при вхождении абитуриентов в незнакомую среду негативно сказывается на успеваемости первокурсников. В немалой степени влияет на это и несформированность учебных коллективов, что также требует направленного социально-психологического воздействия. В этой связи особое значение приобретает институт кураторов, оказывающих помощь студентам в освоении навыков учебного труда, решении их психологических проблем, знакомящих их с традициями и нормами жизни в Университете. Одновременно, работа кураторов становится и первым шагом на пути к корпоративному воспитанию студентов.

Другими формами воспитания являются ознакомительные экскурсии для студентов-первокурсников, посвящение в студенты, проведение общеуниверситетских и факультетских праздников.

Воспитательная работа немыслима без участия в ней самих студентов. Современное студенческое самоуправление является условием реализации творческой активности и самостоятельности, реальной формой студенческой демократии и средством социально-правовой самозащиты студентов.

Проведение культурно-массовых и спортивных мероприятий призвано решать самый широкий спектр задач – от духовно-нравственного и эстетического до физического и экологического воспитания. Кроме того, организация студенческого досуга является эффективным средством профилактики правонарушений и асоциального поведения. В этом виде деятельности в Университете уделяется больше внимания развитию сети малых форм (преимущественно камерных мероприятий, лекториев, клубов), ориентированных на самые разные целевые группы в среде студенчества. При этом сравнительно немногочисленные, но тщательно продуманные и подготовленные крупномасштабные акции выполняют роль ориентиров для дальнейшего развития воспитательной работы.

Эффективность воспитательной работы в Университете определяется следующими условиями:

- наличие методического обеспечения и нормативной базы, регламентирующей деятельность подразделений, должностных лиц и всех участников воспитательного процесса;
- наличие организационной структуры управления воспитательной деятельностью, обеспечивающей четкое взаимодействие между всеми участниками воспитательного процесса и принятие решений на основе анализа достоверной информации, поступающей по каналам обратной связи;
- наличие студенческой профсоюзной организации и других органов студенческого самоуправления, формирующих среду социального, интеллектуального и профессионального творчества студентов;
- наличие материально-технической базы и финансового обеспечения воспитательной работы.

Средствами воспитания выступают личный пример и авторитет преподавателя, традиции и ценности академического сообщества, гуманистический характер вузовской среды.

Исходным пунктом построения программы воспитания студентов является забота о качестве научно-педагогической деятельности профессорско-преподавательского состава. Воспитательная миссия преподавателя проявляется в неукоснительном соблюдении правовых и нравственных норм, правил поведения и внутреннего распорядка, следовании принципам профессиональной и научной этики. Демонстрируя приверженность традициям и ценностям

академического сообщества, преподаватель способствует их усвоению самими студентами, осознанию ими своей принадлежности к профессиональному сообществу.

Значительное влияние на личностное и профессиональное становление будущего специалиста оказывает академическая среда. Важнейшими ее компонентами являются история, традиции и ритуалы как символическое выражение причастности к академическому братству, духовно-нравственный климат в коллективе (доминирующие идеалы, нормы и правила взаимоотношений, уровень психологической комфортности и социальной защищенности), внешнее и внутреннее оформление, материально-техническое оснащение университета.

8 НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «ТОРГОВАЯ ЛОГИСТИКА ТЕРРИТОРИЙ»

В соответствии с ФГОС ВО, федеральными и локальными нормативными документами оценка качества освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственной итоговую аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей) и прохождения практик, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и прохождения практик (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

Государственная итоговая аттестация осуществляется с целью оценки уровня сформированности компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в процессе освоения образовательной программы, его готовности к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО.

Формы текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации, периодичность и порядок проведения, а также порядок и сроки ликвидации академической задолженности устанавливаются «Положением об организации текущего контроля знаний и промежуточной аттестации студентов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный аграрный заочный университет».

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Организация принимает участие на добровольной основе.

В целях совершенствования программы бакалавриата Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными

национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

9. РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Образовательная профиль, разработанная в форме комплекта документов, обновляется с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы. Обновление образовательной программы происходит ежегодно путем актуализации учебных планов, рабочих программ дисциплин, программ практик, программы государственной итоговой аттестации до начала учебного года.