

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки
 Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Российский государственный торгово-экономический университет
 Учебно-методическое объединение по образованию в области коммерции
 Учебно-методическое объединение по образованию в области маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
 Председатель Совета УМО,
 ректор

_____/С.Н. Бабурин/
 « 26 » января 2011 г.
 протокол №1 заседания
 президиума Совета УМО

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
 подготовки магистра по направлению **100700.68 - Торговое дело**
 магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»

Квалификация **магистр**
 Нормативный срок обучения **2 года**

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам							
				Трудоёмкость по ФГОС	Трудоёмкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации	Коды формируемых компетенций
1	2	3	4	5	6	7	8	9			
М.1 Общенаучный цикл		23-24									
	Базовая часть (Б)	8	288								
М.Б.1.01	Деловой иностранный язык	4	144	х				Экзамен	ОК-4		
М.Б.1.02	Психология	2	72		х			Зачет	ОК-3, ОК-6, ОК-9		

М.Б.1.03	Компьютерные технологии в торговой деятельности	2	72	x				Зачет	ОК-5,ПК-9
	Вариативная часть (В)	15-16							
М.В.1.04	Методология науки	5	180		x			Экзамен	ОК-1, ОК-2,ПК-13
М.В.1.05	Сетевая экономика хозяйственной деятельности	5	180	x				Экзамен	ОК-1, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6
	Дисциплины по выбору студента:	5-6							
М.В.1.06	Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельности	3	108			x		Зачет	ОК-2, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-13
М.В.1.07	Планирование и прогнозирование в условиях рынка / Конкурентная политика коммерческих организаций	2-3	72- 108		x			Зачет	
	М.2 Профессиональный цикл	41-42							
	Базовая (общепрофессиональная) часть	18							
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг предприятий на потребительском рынке	4	144		x			Экзамен	ОК-3, ОК-6,ОК-7, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-11, ПК-13
М.Б.2.02	Организация экспертизы потребительских товаров	4	144			x		Экзамен	ОК-1,ОК-2,ОК-3, ОК-4,ОК-5, ПК-8
М.Б.2.03	Инновационные маркетинговые коммуникации	2	72	x				Зачет	ОК-8, ОК-9, ПК-1, ПК-4, ПК-10
М.Б.2.04	Рекламный менеджмент на потребительском рынке	4	144	x				Экзамен	ОК-1, ОК-2,ОК-7, ПК-6,ПК-7, ПК-13
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	4	144		x			Экзамен	ОК-2, ОК-7, ОК-8, ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-11
	Вариативная часть	23-24							
М.В.2.06	Стратегическое управление коммерческой деятельностью	4	144	x				Экзамен	ОК-2, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7
М.В.2.07	Современные информационные системы управления в торговле	4	144	x				Экзамен	ОК-4, ОК-8, ПК-4, ПК-11, ПК-17
М.В.2.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики	4	144			x		Экзамен	ОК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-12

М.В.2.09	Инвестиции на рынке товаров и услуг	4	144		x			Экзамен	ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-10, ПК-11
	Дисциплины по выбору студента:	6-8							
М.В.2.10	Оценка бизнеса	4	144			x		Экзамен	ОК-2, ОК-7, ОК-8, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-11
М.В.2.11	Международный бизнес / Корпоративное управление	3-4	108-144			x		Зачет	
	Всего по циклам:	60	2160						
	М.3 Практика и научно-исследовательская работа	45	1620	x	x	x	x	Зачет с оценкой	
	М.4 Итоговая государственная аттестация	15	540				x		
	Всего:	120	4320	30	30	36	24		

В колонках 5-8 символом «x» указываются семестры для данной дисциплины; в колонке 9 - форма промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине): «зачет» или «экзамен».

Бюджет времени, в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Практики	Научно-исследовательская практика (работа)	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
I	35	6	4	Параллельно с теоретическим обучением	-	7	52
II	23	3	6	5	5	10	52
Итого:	58	9	10	5	5	17	104

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии - 60 зачетных единиц
Практики и научно-исследовательская работа - 45 зачетных единиц
Итоговая государственная аттестация - 15 зачетных единиц

Итого: 120 зачетных единиц

Разработчики:

Проректор по учебной работе, заведующий
кафедрой организации и технологии коммерции

/Г.Я. Резго/

Профессор кафедры маркетинга и рекламы, д.т.н.

/М.А. Николаева/

Профессор кафедры организации и технологии коммерции, к.т.н.

/Ф.П. Половцева/

Профессор кафедры организации и технологии коммерции, д.э.н.

/Т.И.. Николаева/

ПЕРЕЧЕНЬ ДИСЦИПЛИН УЧЕБНОГО ПЛАНА
и формируемые ими компетенции
магистерской программы
«Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»
подготовки магистра по направлению 100700.68 – Торговое дело

№ п/п	Перечень основных дисциплин профиля	Коды формируемых компетенций
М.1 Общенаучный цикл		
Базовая часть (Б)		
М.Б.1.01	Деловой иностранный язык	ОК-4
М.Б.1.02	Психология	ОК-3, ОК-6, ОК-7, ОК-9, ПК-5
М.Б.1.03	Компьютерные технологии в торговой деятельности	ОК-5, ПК-9
Вариативная часть (В)		
М.В.1.04	Методология науки	ОК-1, ОК-2, ПК-13
М.В.1.05	Сетевая экономика хозяйственной деятельности	ОК-1, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6
Дисциплины по выбору студента:		
М.В.1.06	Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельности	ОК-2, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-13
М.2 Профессиональный цикл		
Базовая (общепрофессиональная) часть		
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг предприятий на потребительском рынке	ОК-3, ОК-6, ОК-7, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-11, ПК-13
М.Б.2.02	Организация экспертизы потребительских товаров	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ПК-8
М.Б.2.03	Инновационные маркетинговые коммуникации	ОК-8, ОК-9, ПК-1, ПК-4, ПК-10
М.Б.2.04	Рекламный менеджмент на потребительском рынке	ОК-1, ОК-2, ОК-7, ПК-6, ПК-7, ПК-13
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	ОК-2, ОК-3, ОК-7, ОК-8, ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-11
Вариативная часть		
М.В.2.06	Стратегическое управление коммерческой деятельностью	ОК-2, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7
М.В.2.07	Современные информационные системы управления в торговле	ОК-4, ОК-8, ПК-4, ПК-11, ПК-17
М.В.2.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики	ОК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-12
М.В.2.09	Инвестиции на рынке товаров и услуг	ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-10, ПК-11
Дисциплины по выбору студента:		
М.В.2.10	Оценка бизнеса	ОК-2, ОК-7, ОК-8, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-11

**Аннотация примерной программы дисциплины
«Инвестиции на рынке товаров и услуг», рекомендуемой
для направления подготовки 100700.68 - Торговое дело, квалификации
(степени) выпускника «магистр»
Магистерская программа «Коммерческая деятельность
на рынке товаров и услуг»**

Примерная программа учебной дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» составлена на основе утвержденного Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 100700.68 - Торговое дело, в соответствии с требованиями Министерства образования и науки Российской Федерации к структуре и содержанию программ учебных дисциплин.

Дисциплина «Инвестиции на рынке товаров и услуг» относится к основным дисциплинам вариативной части профессионального цикла учебного плана магистерской программы «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» является формирование у будущих специалистов торгового дела современных знаний в области инвестиций, их значения в современных рыночных отношениях, формирования подходов к комплексному анализу и оценке инвестиций, а также формирования инвестиционного портфеля предприятия.

Задачами дисциплины является формирование умений и навыков практического использования теоретических знаний в области анализа и прогнозирования инвестиционной привлекательности рынка товаров и услуг и отдельных его сегментов для разработки инвестиционных проектов.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Инвестиции на рынке товаров и услуг» входит в вариативную часть профессионального цикла учебного плана магистерской программы «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг» направления подготовки 100700.68 - Торговое дело (квалификация «магистр»).

Изучение дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин бакалавриата, как Экономическая теория, Эконометрика, Бухгалтерский учет, Статистика, Экономика организации, Менеджмент, Экономический анализ деятельности организаций, и дисциплин магистратуры Сетевая экономика хозяйственной деятельности, Стратегическое управление коммерческой деятельностью.

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами:

Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью, Оценка бизнеса.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурных:

- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования (ОК-2);

- способность анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-7);

- готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования.

Общепрофессиональных:

- способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-1);

- готовность выявлять и оценивать риски в коммерческой деятельности (ПК-2);

- готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита коммерческой деятельности (ПК-6);

- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов коммерческой деятельности (ПК-7);

- способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций (ПК-10);

- способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» магистр должен:

знать:

- особенности формирования рыночного механизма инвестирования на рынке товаров и услуг;

- современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие на предприятии инвестиционную деятельность;

- практику формирования инвестиционной политики на предприятиях торговли;

- основы формирования инвестиционных ресурсов торговых

предприятий;

- стратегии маркетинга: цели, виды, критерии выбора, оценку их эффективности; управление маркетингом и организацией; принятие решений, методы анализа и формирования решений; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций;

- бизнес-проектирование: понятие, цели, классификацию и структуру бизнес-проектов, последовательность разработки, контроль за выполнением, оценку эффективности; инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов, средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес-процессов;

уметь:

- анализировать информационные и статистические материалы по оценке инвестиционной привлекательности предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки;

- использовать современные методики оценки эффективности инвестиционных проектов и финансовых инструментов;

- использовать современное программное обеспечение для разработки и реализации управленческих решений, а также оценки их эффективности;

- осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать их выполнение и оценивать эффективность; реализовать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов;

владеть:

- методами оценки эффективности выбранного инвестиционного проекта при управлении производственно-финансовой и хозяйственной деятельностью предприятия.

- навыками эффективного построения функционально ориентированных схем управления инвестиционной деятельностью торгового предприятия;

- умениями выбора стратегий маркетинга, принятия решений, методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций;

- умениями разработки бизнес-процессов, контроля за их выполнением, методами реинжиниринга.

Учебная дисциплина «Инвестиции на рынке товаров и услуг» является теоретическим курсом, углубляющим ранее полученные знания в области организации финансов предприятий, учета, анализа, управления, придающим практическую направленность и системность изученным предметам в рамках специальности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Трудоемкость дисциплины в соответствии с базовым учебным планом составляют 4 зачетные единицы; общее количество часов – 144 часа, из них аудиторных – 36 часов, в том числе лекции – 8 часов, практические занятия - 28 часов.

Виды учебной работы: лекции, практические занятия, семинары и самостоятельная работа студентов.

5. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины состоит из следующих основных разделов:

Раздел I. Экономическая сущность и виды инвестиционного рынка.

Тема 1. Инвестиционная привлекательность (потребительского) рынка товаров и услуг.

Тема 2. Инвестиционный рынок - оценка и прогнозирование.

Раздел II. Понятие и оценка инвестиционного проекта.

Тема 1. Критерии отбора инвестиционного проекта.

Тема 2. Методы привлечения инвестиционных ресурсов.

Тема 3. Методы оценки инвестиционных проектов.

Тема 4. Инвестиционная стратегия организации (маркетинга, бизнес-проектирования).

Тема 5. Пути активизации инвестиционных процессов на рынке товаров и услуг.

Раздел III. Анализ финансовых инвестиций.

Тема 1. Инвестиционные качества ценных бумаг.

Тема 2. Собственные, привлеченные и заемные средства.

Тема 3. Методы финансирования инвестиционных проектов.

Тема 4. Методы оценки эффективности бизнес-проектов.

6. Формы контроля

Текущий контроль:

- рефераты;
- доклады;
- решение практических задач.

Промежуточный контроль:

- тесты;
- решение ситуационных задач;

Итоговый контроль:

- экзамен.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Федеральные законы и иные нормативные документы:

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: [федер. закон : принят Гос. Думой 15 июля 1998 г. : - Москва : ИПС Консультант плюс, 2008.

2. Об иностранных инвестициях в Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой 25 июня 1999 г.: Москва: ИПС Консультант плюс, 2008.

3. О финансовой аренде (лизинге): [федер. закон : принят Гос. Думой 11 сентября 1998: - Москва: ИПС Консультант плюс, 2008.

4. Об инвестиционных фондах: [федер. закон : принят Гос. Думой 11 октября 2001 г.: по состоянию на 12 марта 2008 г.] - Москва: ИПС Консультант плюс, 2008.

5. Федеральный Закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 28.04.2009) "О банках и банковской деятельности".

6. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 03.06.2009) "Об

акционерных обществах" с изм. 18.07.2009.

7. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 24.07.2007) "О рынке ценных бумаг".

б) основная литература

8. Игонина Л.Л. Инвестиции: Учебное пособие / Под ред. В.А.Слепова. - М.: «Экономистъ», 2006.

9. Лещинская А.Ф., Костюхин Ю.Ю., Балихина Н.В. Инвестиции. - М.: Изд-во «РГТЭУ». 2008.

10. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента. В 2-х томах. - Киев: «Ника-центр», «Эльга», 2008.

11. Костюхин Ю.Ю. Анисимов А.Ю. Инвестиционная стратегия фирмы. - М.: РГТЭУ, 2010.

12. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - М.: «ФиС», 2007.

13. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. - СПб.: «Питер», 2004.

в) дополнительная литература

14. Бригхем Ю., Гаспенски Л. Финансовый менеджмент; Полный курс в 2-х томах. Пер. с англ. Под ред. В.В. Ковалева, М.: «ФиС», 2004.

15. Бизнес-планирование: Учебник/Под. ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова. - М.: «ФиС», 2002.

16. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.

17. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами. - М.: Финансы и статистика, 2004.

18. Грачева М.В. Риск-анализ инвестиционного проекта. - М.: « ИНИТИ - ДАНА», 2004.

19. Лимитовский М.А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках: Учеб-практич. пособие. – М.: «Дело», 2004.

20. Четыркин Е.М. Финансовый анализ производственных инвестиций. - М.: «Дело», 2008.

21. Холт Р., Барнес С. Планирование инвестиций. - М.: «Дело ЛТД», 2004.

22. Шарп Ф., Александер Г., Бейли Д. Инвестиции. - М.: «Инфра-М», 2006.

г) методическое обеспечение дисциплины

1. УМК по дисциплине «Инвестиции». М.: Изд-во РГТЭУ, 2009.

2. Тесты по дисциплине.

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронные информационно-правовые системы («Гарант», «Консультант – плюс», «Система Главбух»).

2. Сайты в системе Интернет:

- Министерство финансов РФ – [http:// www.minfin.ru](http://www.minfin.ru)

- Центральный банк РФ – <http:// www.cbr.ru>

-Федеральная налоговая служба- <http://www.nalog.ru>

- Федеральная служба по финансовым рынкам- [http:// www.fcsm.ru](http://www.fcsm.ru)

8. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг» используются следующие образовательные технологии: лекции, семинарские занятия, презентации докладов, письменные домашние работы, диспуты, коллоквиумы, дискуссии.

Разработчик:

Профессор кафедры экономического анализа
и финансового менеджмента РГТЭУ, к.э.н., доцент

А.Ф.

Лещинская

Доцент кафедры экономического анализа
и финансового менеджмента РГТЭУ

Е.В.

Зорина

Эксперт:

РГТЭУ

Зам. председателя Совета УМО

по научно-методической работе, д.т.н., профессор

М.А.

Николаева