ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

 ПО ВЫСШЕМУ ОБРАЗОВАНИЮ

 УТВЕРЖДАЮ

 Заместитель председателя

 Госкомвуза России

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Д.ШАДРИКОВ

 " 03 " 05 1995 г.

 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

 ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

 ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

 к минимуму содержания и уровню

 подготовки выпускника по специальности

 061500 - Маркетинг

 (третий уровень высшего профессионального образования)

 Вводится с даты утверждения

 Москва

 1995

.

 - 2 -

 I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СПЕЦИАЛЬНОСТИ 061500 - МАРКЕТИНГ

 1.1. Специальность профессиональной подготовки 061500 -

Маркетинг утверждена приказом Государственного Комитета РФ

по высшей школе от 05.03.94 г. N 180.

 1.2. Нормативная длительность обучения по данной специальности

при очной форме обучения - 5 лет. Квалификация - Маркетолог.

 1.3 Характеристика сферы и объектов профессиональной деятель-

ности специалиста по специальности 061500 - Маркетинг

 1.3.1. Место специальности в области маркетинга

 Деятельность маркетолога направлена на обеспечение функциони-

рования маркетинговой службы предприятий всех организационно-право-

вых форм в целях эффективной деятельности на рынке с учетом требо-

ваний потребителя, внутренних возможностей предприятия и отраслевой

специфики техники, технологии, организации производства, эффектив-

ного природопользования.

 1.3.2. Объекты профессиональной деятельности

 Объектами профессиональной деятельности маркетолога являются:

предприятия, коммерческие организации различных организационно-пра-

вовых форм (государственные и муниципальные унитарные предприятия,

производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общест-

ва), некоммерческие организации и объединения, требующие профессио-

нальных знаний в области маркетинговой деятельности.

 1.3.3. Виды профессиональной деятельности

 Основные виды профессиональной деятельности маркетолога по

специальности 061500 - Маркетинг:

 - разработка стратегии и тактики поведения предприятия;

 - маркетинговые исследования;

 - обеспечение конкурентоспособности предприятия на рынке;

 - разработка и организация проведения мероприятий по стимули-

рованию сбыта;

 - подготовка и проведение рекламных кампаний;

 - экономический анализ коммерческой деятельности и прогнозиро-

вание сбыта;

 - анализ маркетинговой среды;

 - управление маркетингом;

 - 3 -

 - планирование маркетинга.

 1.3.4. Возможности профессиональной адаптации

 Маркетолог по специальности 061500 - Маркетинг могут адаптиро-

ваться к следующим видам профессиональной деятельности:

 научно-исследовательской;

 финансово-хозяйственной;

 организационно-управленческой;

 рекламной;

 банковской;

 биржевой.

 Маркетолог может в установленном порядке работать в образова-

тельных учреждениях.

 2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ЛИЦ,

 УСПЕШНО ЗАВЕРШИВШИХ ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ

 МАРКЕТОЛОГА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 061500 - МАРКЕТИНГ

 2.1 Общие требования к образованности маркетолога

 Маркетолог отвечает следующим требованиям:

 - знает основные учения в области гуманитарных и социаль-

но-экономических наук, способен глубоко анализировать социально

значимые проблемы и процессы, умеет использовать методы этих наук в

своей работе;

 - имеет целостное представление о процессах и явлениях, проис-

ходящих в живой и неживой природе, представляет себе возможности

научных методов познания природы и владеет ими в объеме, необходи-

мом для выполнения профессиональных функций;

 - знает основы Конституции Российской Федерации, правовые и

этические аспекты регулирования взаимоотношений людей между собой,а

также личности с обществом и окружающей средой, умеет реализовывать

их в различных сферах жизнедеятельности;

 - способен продолжать обучение и вести профессиональную дея-

тельность в иноязычной среде.

 - имеет научное представление о здоровом образе жизни, владеет

умениями и навыками физического самосовершенствования;

 - владеет культурой родной речи, свободно и грамотно использу-

ет в своей деятельности профессиональную лексику;

 - владеет основами научной организации труда, компьютерными

 - 4 -

методами сбора, обработки, хранения и передачи информации, исполь-

зуемой в профессиональной деятельности;

 - способен в условиях развития науки и изменяющейся социальной

практики к переоценке накопленного опыта, анализу своих возможнос-

тей, умеет приобретать новые знания;

 - знает общие основные экономические законы, теорию спроса и

предложения;

 - умеет формулировать цели предприятия и переводить теорети-

ческие положения в область практики;

 - владеет методами изучения потребностей, знает истинные зап-

росы потребителей, умеет их анализировать;

 - умеет обеспечить конкурентное положение товаров и услуг на

рынке, своевременно выпустить на рынок новые товары, знает пути и

способы снятия с производства морально устаревших товаров;

 - может формулировать потребительские требования к товару и

находить пути совершенствования товаров и услуг, владеет методикой

создания фирменной атрибутики;

 - разбирается в действии рыночного механизма, способен прогно-

зировать рыночную конъюнктуру, умеет находить рыночный сегмент и

нишу;

 - может разрабатывать стратегию ценообразования, определять

исходную цену товаров и услуг;

 - знает методы сбыта и умеет выбрать оптимальные каналы сбыта;

 - владеет техникой продвижения товаров и услуг;

 - способен управлять деятельностью предприятия через стратегию

маркетингового планирования;

 - владеет вопросами гражданского и коммерческого права, опира-

ется на них в своей профессиональной деятельности;

 - владеет методами управления коллективом, умеет организовать

работу исполнителей, способен принимать нестандартные управленчес-

кие решения.

 2.2 Требования к знаниям и умениям по циклам дисциплин

 2.2.1 Требования к маркетологу по циклу общих гуманитарных и

 социально-экономических дисциплин

 Маркетолог должен:

 - 5 -

 В области философии, психологии, истории, культурологии, педа-

гогики:

 - иметь представление о научных, философских и религиозных

картинах мироздания, сущности, назначении и смысле жизни человека,

о многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заб-

луждения, знания и веры, рационального и иррационального в челове-

ческой жизнедеятельности, особенностях функционирования знания в

современном обществе, об эстетических ценностях, их значимости в

творчестве и повседневной жизни, уметь ориентироваться в них;

 - понимать роль науки в развитии цивилизации, соотношение нау-

ки и техники и связанные с ним современные социальные и этические

проблемы, ценность научной рациональности и ее исторических типов,

знать структуру, формы и методы научного познания, их эволюцию;

 - быть знакомым с важнейшими отраслями и этапами развития гу-

манитарного и социально-экономического знания, основными научными

школами, направлениями, концепциями, источниками гуманитарного зна-

ния и приемами работы с ними;

 - понимать смысл взаимоотношения духовного и телесного, биоло-

гического и социального начал в человеке, отношение человека к при-

роде и возникших в современную эпоху технического развития противо-

речий и кризиса существования человека в природе;

 - знать условия формирования личности, ее свободы, ответствен-

ности за сохранение жизни, природы, культуры, понимать роль насилия

и ненасилия в истории и человеческом поведении, нравственных обя-

занностей человека по отношению к другим и самому себе;

 - иметь представление о сущности сознания, его взаимоотношении

с бессознательным, роли сознания и самосознания в поведении, обще-

нии и деятельности людей, формировании личности;

 - понимать природу психики, знать основные психологические

функции и их физиологические механизмы, соотношение природных и со-

циальных факторов в становлении психики, понимать значение воли и

эмоций, потребностей и мотивов, а также бессознательных механизмов

в поведении человека;

 - уметь дать психологическую характеристику личности (ее тем-

перамента, способностей), интерпретацию собственного психологичес-

кого состояния, владеть простейшими приемами психической саморегу-

ляции;

 - понимать соотношение наследственности и социальной среды,

 - 6 -

роль и значение национальных и культурно-исторических факторов в

образовании и воспитании;

 - знать формы, средства и методы педагогической деятельности;

 - владеть элементарными навыками анализа учебно-воспитательных

ситуаций, определения и решения педагогических задач;

 - понимать и уметь объяснить феномен культуры, ее роль в чело-

веческой жизнедеятельности, иметь представление о способах приобре-

тения, хранения и передачи социального опыта, базисных ценностей

культуры;

 - разбираться в формах и типах культур, основных культурно-ис-

торических центрах и регионах мира, закономерностях их функциониро-

вания и развития, знать историю культуры России, ее место в системе

мировой культуры и цивилизации;

 - уметь оценивать достижения культуры на основе знания истори-

ческого контекста их создания, быть способным к диалогу как способу

отношения к культуре и обществу, приобрести опыт освоения культуры

(республики, края, области);

 - иметь научное представление об основных эпохах в истории че-

ловечества и их хронологии;

 - знать основные исторические факты, даты, события и имена ис-

торических деятелей;

 - уметь выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, ка-

сающимся ценностного отношения к историческому прошлому;

 в области социологии, политологии и права:

 - иметь научное представление о социологическом подходе к лич-

ности, факторах ее формирования в процессе социализации, основных

закономерностях и формах регуляции социального поведения, о природе

возникновения социальных общностей, социальных групп и социальных

процессов;

 - знать типологию, основные источники возникновения и развития

массовых социальных движений, формы социальных взаимодействий, фак-

торы социального развития, типы и структуры социальных организаций

и уметь их анализировать;

 - владеть основами социологического анализа;

 - иметь представление о сущности власти и политической жизни,

политических отношений и процессов, о субъектах политики и роли по-

литических систем и политических режимов в системе общества, о про-

 - 7 -

цессах международной политической жизни, геополитической обстанов-

ке, политическом процессе в России, месте и статусе Российской Фе-

дерации в современном политическом мире;

 - знать и уметь выделять теоретические и прикладные, аксиоло-

гические и инструментальные компоненты политологического знания,

знать их роль и функции в подготовке и обосновании политических ре-

шений, в обеспечении личностного вклада в общественно-политическую

жизнь;

 - знать права и свободы человека и гражданина, уметь их реали-

зовывать в различных сферах жизнедеятельности;

 - знать основы российской правовой системы и законодательства,

механизм функционирования судебных и иных правоприменительных и

правоохранительных органов, правовые и нравственно-этические нормы

в сфере профессиональной деятельности;

 - уметь использовать и составлять нормативные и правовые доку-

менты, относящиеся к будущей профессиональной деятельности;

 в области филологии:

 - свободно владеть государственным языком Российской Федерации

- русским языком;

 - знать и уметь грамотно использовать в своей деятельности

профессиональную лексику;

 - владеть лексическим минимумом одного из иностранных языков

(1200-2000 лексических единиц) и грамматическим минимумом, включаю-

щим грамматические структуры, необходимые для обучения устным и

письменным формам общения;

 - уметь вести беседу-диалог общего характера и беседу-диалог

по специальности, соблюдать правила речевого этикета, читать лите-

ратуру по специальности без словаря с целью поиска информации, пе-

реводить тексты по специальности со словарем, составлять аннотации,

рефераты и деловые письма на иностранном языке;

 в области физической культуры:

 - понимать роль физической культуры в развитии человека и под-

готовке специалиста;

 - знать основы физической культуры и здорового образа жизни;

 - владеть системой практических умений и навыков, обеспечиваю-

щих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование

 - 8 -

психофизических способностей и качеств, самоопределение в физичес-

кой культуре;

 - использовать физкультурно-спортивные навыки для достижения

жизненных и профессиональных целей.

 2.2.2. Требования по циклу общих математических и естественно-

научных дисциплин

 Маркетолог должен:

 В области математики и информатики

 иметь представление:

 - о месте и роли математики в современном мире, мировой куль-

туре и истории;

 - о математическом мышлении, индукции и дедукции в математике,

принципах математических рассуждений и математических доказатель-

ств;

 - логических, топологических и алгебраических структурах на

множествах;

 - о неэвклидовых геометрических системах;

 - о математическом моделировании;

 - об информации, методах ее хранения, обработки и передачи;

 - о проблемах исскуственного интеллекта, способах представле-

ния знаний и манипулировании ими (об инженерии знаний);

 - о роли математики и информатики в исследованиях;

 знать и уметь использовать:

 - основы математического анализа;

 - основы алгебры, геометрии и дискретной математики;

 - основы теории дифференциальных уравнений и численных методов;

 - основы теории вероятности и математической статистики;

 - структуру, принципы работы и основные возможности ЭВМ;

 - основные типы алгоритмов;

 - языки программирования и стандартные программные обеспечения

своей профессиональной деятельности.

 В области концепций современного естествознания:

 - 9 -

 - иметь представления об основных этапах развития естествозна-

ния, особенностях современного естествознания, ньютоновской и эво-

люционной парадигмах;

 - о концепции пространства и времени;

 - о принципах симметрии и законах сохранения;

 - о понятии состояния в естествознании;

 - о корпускулярной и континуальных традициях в описании приро-

ды;

 - о динамических и статистических закономерностях в естествоз-

нании;

 - о соотношении порядка и беспорядка в природе, упорядоченнос-

ти строения физических объектов, переходах из упорядоченных в неу-

порядоченные состояния и наоборот;

 - о самоорганизации в живой и неживой природе;

 - об иерархии структурных элементов материи от микромира до

макро- и мегамира;

 - о взаимосвязях между физическими, химическими и биологичес-

кими процессами;

 - о специфике живого, принципах эволюции, воспроизводства и

развития живых систем, их целостности и гомеостазе, об иерархичнос-

ти, уровнях организации и функциональной асимметриии живых систем;

 - о биологическом многообразии, его роли в сохранении устойчи-

вости биосферы и принципах систематики;

 - о физиологических основах психики, социального поведения,

экологии и здоровья человека;

 - о взаимодействии организма и среды, сообществах организмов,

экосистемах, принципах охраны природы и рационального природополь-

зования;

 - о эволюции человека в мировой истории, о ноосфере и парадиг-

ме единой культуры.

 2.2.3 По циклу общепрофессиональных дисциплин специальности

 Маркетолог должен:

 в области экономической теории, истории экономических учений,

 истории экономики:

 - обладать широким кругозором в области экономических, ком-

мерческих и маркетинговых дисциплин;

 - иметь фундаментальную профессиональную подготовку по различ-

 - 10 -

ным разделам экономической и политической теории;

 - приобрести навыки анализа современной экономической жизни

России и других стран, основных тенденций социального развития об-

щества и уметь на основании этих знаний делать прогнозы и принимать

решение в области экономики и предпринимательства;

 - владеть культурой экономического мышления, основанного на

глубоком знании отечественной и зарубежной экономической истории и

теории;

 - уметь свободно ориентироваться и самостоятельно исследовать

экономическую и социально-политическую литературу на русском и од-

ном из иностранных языков;

 в области мировой экономики:

 - иметь представление о формах проявления экономических зако-

нов в сфере международного разделения труда и мировых рынках (то-

варных, услуг, капитала);

 - знать методы регулирования международных торгово-экономичес-

ких отношений, международного ценообразования и уметь их использо-

вать в международном бизнесе;

 - иметь представление о методах и инструментах государственно-

го регулирования внешнеэкономической деятельности, о мировой валют-

ной системе и методах проведения валютно-финансовых расчетов по

внешнеторговым операциям;

 - знать методы сбора и обработки коммерческой информации для

проведения исследования и оценки перспективных зарубежных рынков;

 - знать методы организации и техники внешнеэкономических опе-

раций и уметь осуществлять технико-экономическое обоснование внеш-

неэкономических операций и международных проектов;

 в области макроэкономики:

 - знать структуру экономической системы и макроэкономические

параметры;

 - знать структуру национального рынка;

 - знать механизм обеспечения равновесия национального рынка;

 - владеть методами прогнозирования с учетом факторов экономи-

ческого роста.

 в области микроэкономики:

 - 11 -

 - иметь представление о соотношении спроса, предложения и роз-

ничных цен;

 - знать методы определения цены и объема производства при ра-

боте в различных рыночных условиях;

 - иметь представление о внешнеэкономических связях предприятия.

 в области статистики:

 - иметь представление о принципах изучения массовых явлений,

об изменениях в социально-экономических процессах;

 - знать методы построения и анализа основных статических пока-

зателей и уметь использовать в профессиональной деятельности основ-

ные методы обработки и анализа данных наблюдения и эксперимента;

 в области финансов, денежного обращения и кредита:

 - знать основы финансов, организации денежного обращения и

кредитования предприятия и уметь использовать финансово-кредитный

механизм с целью повышения эффективности работы предприятия и сос-

тавления финансового плана.

 в области бухгалтерского учета:

 - знать основы бухгалтерского учета и уметь их использовать

при организации финансового и управленческого учета на предприятии;

 - владеть навыками составления бухгалтерского баланса, ведения

счетов и составления отчетности и уметь использовать полученную ин-

формацию для выработки маркетинговых решений;

 в области коммерческого права:

 - иметь представление о важнейших видах договоров в коммерчес-

кой деятельности, внедоговорных обязательствах. расчетных и кредит-

ных правоотношениях,правовых отношениях субъектов коммерческой дея-

тельности с органами государственной власти и управления;

 - знать основы правового регулирования внешнеэкономической де-

ятельности.

в области коммерческой деятельности:

 - иметь представление о сущности и содержании коммерческой де-

ятельности, ее организации в оптовой и розничной торговле, при пря-

мых связях между производителями и потребителями товаров и услуг,

 - 12 -

при использовании торгово-посреднических звеньев;

 - знать организацию и технику операций на биржах, аукционах,

торгах, ярмарках.

 в области маркетинга:

 - иметь представление о процессе управления маркетингом, сис-

теме маркетинговых исследований и маркетинговой информации;

 - уметь анализировать маркетинговую среду и покупательское по-

ведение индивидуальных потребителей и потребителей-предприятия;

 - уметь проводить сегментирование рынка, выбор целевых сегмен-

тов и позиционирование товара;

 - знать и уметь использовать на практике маркетинговый подход

к разработке новых товаров и проблемам "жизненного цикла товаров";

 - иметь представление о подходах к политике ценообразования;

 - иметь представление о методах распространения товаров;

 - знать методику продвижения товаров, стратегию коммуникации и

стимулирования;

 - владеть методами планирования и контроля маркетинговой дея-

тельности.

 - уметь ориентироваться в информатике и работать на компьютер-

ной технике в процессе профессиональной маркетинговой деятельности;

 в области менеджмента:

 - иметь представление о содержании менеджмента, роли и месте

элементов менеджмента в производственной системе;

 - знать основные принципы построения организационных структур,

распределение функций управления, уметь их использовать при форми-

ровании различных организационных структур управления маркетингом;

 - знать методы принятия решений и уметь выбирать наиболее ра-

циональные способы их принятия, использовать эффективные формы

участия персонала в управлении;

 - уметь применять полученные в процессе обучения знания для

принятия решений (индивидуальных и в команде) с учетом экономичес-

ких, социальных, технических и других факторов в условиях неопреде-

ленности;

 в области стандартизации, сертификации и метрологии:

 - знать научно-методические, нормативно-технические и правовые

 - 13 -

основы систем стандартизации, сертификации и метрологии с учетом

отечественного и зарубежного опыта;

 - применять полученные знания для обеспечения качества и кон-

курентоспособности товаров и метрологического обеспечения единства

измерений в коммерческой деятельности.

 2.2.4. Требования по циклу специальных дисциплин

 Лица, завершившие полный курс по программам базового образова-

ния по специальности 061500 - Маркетинг, должны:

 - владеть экономической теорией и теорией маркетинга, уметь их

применять на практике с учетом специфики отдельных сфер хозяйстве-

нной деятельности;

 - уметь анализировать требования рыночной ситуации, сопостав-

лять их с возможностями своего предприятия, обеспечивая компетент-

ность своей профессиональной деятельности;

 - владеть методами выявления и формирования новых потребностей

и оценки их места и роли в структуре потребностей различных групп

потребителей;

 - знать законы функционирования рынка и средств его регулиро-

вания, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и

услуг;

 - иметь знания в области ценообразования, налогообложения и

экономического регулирования деятельности предприятий;

 - активно использовать информационные технологии для решения

маркетинговых задач;

 - применять знания в области потребительских свойств товаров,

обращающихся на рынке, а также в области метрологии, сертификации и

стандартизации потребительских товаров;

 - знать основные положения логистики как теории управления ма-

териальными и информационными потоками и уметь их использовать для

оптимизации потоков в зависимости от условий функционирования

предприятия;

 - иметь знания в области менеджмента, социальной психологии,

экономики и организации деятельности предприятий в условиях рыноч-

ной экономики;

 - использовать знания прикладного маркетинга в организации де-

ятельности коммерческих и некоммерческих предприятий и организаций;

 - уметь организовывать рекламную деятельность по продвижению

 - 14 -

товаров и услуг, формировать имидж предприятия, создавать внутри-

фирменную рекламу, выбирать оптимальные средства рекламы и рассчи-

тывать ее эффективность;

 - ориентироваться в политических и экономических процессах,

происходящих в стране и мире, и на этой основе намечать цели и пла-

нировать маркетинговую деятельность;

 - анализировать текущую маркетинговую ситуацию в условиях пос-

тоянно меняющейся конъюнктуры рынка и своевременно к ней адаптиро-

ваться;

 - обладать необходимыми знаниями для выявления тенденций раз-

вития потребительского спроса, разработки стратегии развития предп-

риятия и его тактики рыночного поведения.

 2.2.5. Требования по циклу дисциплин специализаций

 Специалист должен иметь глубокие знания и владеть методиками

научных исследований в более узких направлениях маркетинга.

 Конкретные требования к подготовке специалиста по специализа-

ции устанавливаются высшим учебным заведением, исходя из содержания

дисциплин специализации.

.

 - 15 -

їш1

 3.ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ МИНИМУМ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 061500 - МАРКЕТИНГ

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹Индекс ‹Наименование дисциплин и их основные ‹ Всего часов ‹

‹ ‹дидактические единицы \*) ‹ на освоение ‹

‹ ‹ ‹ учебного ‹

‹ ‹ ‹ материала ‹

ЃњњњњњњњќњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњќњњњњњњњњњњњњњЊ

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ГСЭ.00 Цикл общих гуманитарных и социально-экономических 1690

 дисциплин

ГСЭ.01 Философия

 Роль философии в жизни человека и общест-

 ва; исторические типы философии; человек

 во Вселенной; философская, религиозная и

 научная картины мира; природа человека и

 смысл его существования; познание, его

 возможности и границы; знание и вера; об-

 щество; многообразие культур, цивилиза-

 ций, форм социального опыта; человек в

 мире культуры; Запад,Восток, Россия в ди-

 алоге культур; личность; проблемы свободы

 и ответственности; человек в информацион-

 но-техническом мире; роль научной рацио-

 нальности в развитии общества; проблемы и

 перспективы современной цивилизации; че-

 ловечество перед лицом глобальных проб-

 лем.

ГСЭ.02 Иностранный язык 340

 Закрепление программы средней школы, изу-

 чение нового лексико-грамматического ма-

 териала, необходимого для общения в наи-

 более распространенных повседневных ситу-

 ациях; различные виды и формы речевой де-

 ятельности (устной, письменной, монологи-

 ческой или диалогической), овладение лек-

 сикограмматическим минимумом; курс рефе-

 рирования и аннотирования научной литера-

 туры, курс научно-технического перевода и

 т.п.

ГСЭ.03 Культурология

 История мировой культуры; история культу-

 ры России; школы, направления и теории в

 культурологии; охрана и использование

 культурного наследия.

ГСЭ.04 История

 Сущность, формы, функции исторического

 сознания; типы цивилизаций в древности;

њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ

\* Дидактические единицы представлены в документе разделами, темами,

понятиями, с помощью которых определяется основное содержание дисциплин.

 - 16 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 проблема взаимодействия человека и при-

 родной среды в древних обществах; цивили-

 зация древней Руси; место Средневековья

 во всемирно-историческом процессе; Киевс-

 кая Русь; тенденции становления цивилиза-

 ции в русских землях; проблема складыва-

 ния основ национальных государств в За-

 падной Европе; складывание Московского

 государства; Европа в начале Нового вре-

 мени и проблема формирования целостности

 европейской цивилизации; Россия в ХV-ХVII

 вв.; ХVIII век в европейской и севе-

 ро-американской истории; проблема перехо-

 да в "царство разума"; особенности рос-

 сийской модернизации в ХVIII в.; духовный

 мир человека на пороге перехода к индуст-

 риальному обществу; основные тенденции

 развития всемирной истории в ХIХ веке;

 пути развития России; роль ХХ в. во все-

 мирно-историческом процессе; новый уро-

 вень исторического синтеза; глобальная

 история; менталитет, его эволюция и осо-

 бенности в Западной Европе, России и в

 других регионах мира.

ГСЭ.05 Физическая культура 408

 Физическая культура в общекультурной и

 профессиональной подготовке студентов;

 социально-биологические основы физической

 культуры; основы здорового образа и стиля

 жизни; оздоровительные системы и спорт

 (теория, методика, практика); профессио-

 нально-прикладная физическая подготовка

 студентов.

ГСЭ.06 Право

 Право, личность и общество; структура

 права и его действия; конституционная ос-

 нова правовой системы; частное право;

 сравнительное правоведение.

ГСЭ.07 Социология

 История становления и развития социоло-

 гии; общество как социокультурная систе-

 ма; социальные общности как источник са-

 модвижения, социальных изменений; культу-

 ра как система ценностей, смыслов, образ-

 цов действий индивидов; влияние культуры

 на социальные и экономические отношения;

 обратное влияние экономики и социаль-

 но-политической жизни на культуру; лич-

 ность как активный субъект; взаимосвязь

 личности и общества; ролевые теории лич-

 ности; социальный статус личности; соци-

 - 17 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 альные связи, действия, взаимодействия

 между индивидами и группами, групповая

 динамика, социальное поведение, социаль-

 ный обмен и сравнение как механизм соци-

 альных связей; социальная структура, со-

 циальная стратификация; социальные инсти-

 туты, социальная организация; гражданское

 общество и государство; социальный конт-

 роль; массовое сознание и массовые дейс-

 твия; социальные движения; источники со-

 циального напряжения, социальные конфлик-

 ты и логика их разрешения; социальные из-

 менения; глобализация социальных и куль-

 турных процессов в современном мире; со-

 циально-культурные особенности и проблемы

 развития российского общества, возможные

 альтернативы его развития в будущем; ме-

 тодология и методы социологического исс-

 ледования.

ГСЭ.08 Политология

 Объект, предмет и метод политологии, ее

 место в системе социально-гуманитарных

 дисциплин; история политических учений;

 теория власти и властных отношений; поли-

 тическая жизнь, ее основные характеристи-

 ки; политическая система, институциональ-

 ные аспекты политики; политические отно-

 шения и процессы; субъекты политики; по-

 литическая культура; политические идеоло-

 гии (история развития, современное состо-

 яние, перспективы); политический процесс

 в России; мировая политика и международ-

 ные отношения; сравнительная политология.

ГСЭ.09 Психология и педагогика

 Психология: основные понятия; понятие

 личности, трудового коллектива; социаль-

 ные роли и социально-психологический ста-

 тус личности в коллективе; социальный

 контроль поведения личности в коллективе;

 типология, методы ее изучения; личность

 как объект и субъект управления; трудовой

 коллектив как объект и субъект управле-

 ния; межличностные отношения; конфликты;

 социально-психологические аспекты приня-

 тия управленческих решений; личность ру-

 ководителя. Педагогика: предмет педагоги-

 ки; цели образования и воспитания; педа-

 гогический идеал и его конкретно-истори-

 ческое воплощение; средства и методы пе-

 дагогического воздействия на личность;

 общие принципы дидактики и их реализация

 в конкретных предметных методиках обуче-

 - 18 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 ния; нравственно-психологические и идей-

 ные взаимоотношения поколений; семейное

 воспитание и семейная педагогика; межлич-

 ностные отношения в коллективе; нравс-

 твенно-психологический образ педагога;

 мастерство педагогического общения.

ГСЭ.10 Дисциплины и курсы по выбору студентов, 324

 устанавливаемые вузом (факультетом)

ЕН.00 Цикл общих математических и естественно-научных 800

 дисциплин

ЕН.01 Математика и информатика

 Геометрия Эвклида как первая естествен-

 но-научная теория; аксиоматический метод;

 основные этапы становления современной

 математики; структура современной матема-

 тики; основные черты математического мыш-

 ления; математические доказательства;

 элементы, множества, отношения, отображе-

 ния; числа; комбинаторика; конечные и

 бесконечные множества; основные структуры

 на множестве; неэвклидовы геометрии; гео-

 метрия микро- и макромира; основные идеи

 математического анализа; дифференциальные

 уравнения; общая постановка задачи о при-

 нятии решения; математические методы в

 целенаправленной деятельности; математика

 случайного; элементы теории вероятностей;

 основные понятия математической статисти-

 ки; математические методы проверки гипо-

 тез; роль математики в исследованиях;

 экономико-математические модели; основные

 понятия и методы теории информации и ко-

 дирования; аппаратные и программные

 средства персональных ЭВМ, предназначен-

 ные для обработки информации.

 - 19 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ЕН.02 Концепции современного естествознания

 Естественная и гуманитарная культуры.

 Научный метод. История естествознания.

 Панорама современного естествознания,

 тенденции развития. Корпускулярная и кон-

 тинунальная концепции описания природы.

 Порядок и беспорядок в природе, хаос.

 Структурные уровни организации материи,

 микро-, макро- и мегамиры. Пространство,

 время. Принципы относительности. Принципы

 симметрии. Законы сохранения. Взаимодейс-

 твие, близкодействие, дальнодействие.

 Состояние. Принципы суперпозиции, неопре-

 деленности, дополнительности. Динамичес-

 кие и статистические закономерности в

 природе. Законы сохранения энергии в мак-

 роскопических процессах. Принцип возрас-

 тания энтропии. Химические системы, энер-

 гетика химических процессов, реакционная

 способность веществ. Особенности биологи-

 ческого уровня организации материи. Прин-

 ципы воспроизводства и развития живых

 систем. Многообразие живых организмов.Ос-

 новы организации и устойчивости биосферы.

 Генетика и эволюция. Человек, эмоции,

 творчество, работоспособность. Биоэтика.

 Экология и здоровье. Человек, биосфера и

 космические циклы. Ноосфера. Проблема

 времени. Самоорганизация в живой и нежи-

 вой природе. Принципы универсального эво-

 люционизма. Путь к единой культуре.

 - 20 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ЕН.03 Дисциплины и курсы по выбору студентов, 150

 устанавливаемые ВУЗ'ом (факультетом)

ОПД.00 Цикл общепрофессиональных дисциплин 2300

ОПД.01 Экономическая теория 240

 Предмет экономической науки; введение в

 экономику (основы экономического анализа,

 основы обмена, функционирование конку-

 рентного рынка, основы государственного

 сектора); основные понятия собственности:

 экономические и правовые аспекты; деньги,

 денежное обращение и денежная политика;

 национальный доход, совокупные расходы,

 спрос, предложение, ценовой уровень, фис-

 кальная политика; макроэкономические

 проблемы инфляции и безработицы; основные

 макроэкономические школы; мировая эконо-

 мика и экономический рост; спрос, потре-

 бительский выбор, издержки и предложение;

 фирма и формы конкуренции; структура биз-

неса, регулирование и дерегулирование;

 факторные рынки и распределение доходов;

 экономика сельскохозяйственных и природ-

 ных ресурсов; сравнительные экономические

 системы. Предложение в условиях совершен-

 ной конкуренции. Теория монополии. Орга-

 низация промышленности, монополистическая

 конкуренция и олигополия. Рынки капиталов

 и природных ресурсов.

ОПД.02 История экономических учений

 Основные этапы развития экономической на-

 уки: экономические учения Древнего Восто-

 ка, Античного Мира и Средневековья; эво-

 люция экономической мысли в период зарож-

 дения рыночной экономики и предпринима-

 тельства (меркантилисты, физиократы, анг-

 лийская классическая школа, ранние предс-

 тавители социализма и т.д.); формирование

 основных направлений современной экономи-

 ческой мысли (маржинализм, неоклассичес-

 кие школы: австрийская, лозаннская, кемб-

 риджская, американская, институционализм,

 кейнсианство, марксизм, социал-демокра-

 тизм); история современных (послевоенных)

 экономических теорий (господство кейнси-

 анства, доминирование неоклассицизма,

 "государственный социализм"), экономичес-

 кая мысль в России.

 - 21 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ОПД.03 История экономики

 Сравнительный историко-экономический ана-

 лиз моделей развития мирового хозяйства:

 азиатский способ производства и античное

 рабство; классическая модель феодальной

 экономики (Франция), особенности феодаль-

 ного хозяйства (Англия, Германия, Россия,

 Япония); генезис капиталистической эконо-

 мики в странах первого эшелона (Голлан-

 дия, Англия, Франция, США), реформистский

 путь перехода к рыночной экономике (Гер-

 мания, Россия); промышленный капитализм в

 Японии (патерналистская модель); основные

 тенденции в развитии мирового капиталис-

 тического хозяйства на рубеже ХIХ и ХХ

 вв., особенности монополизации экономики

 по странам; становление различных систем

 регулируемого капитализма; возникновение,

 развитие, кризис хозяйственной системы

 государственного социализма в СССР и в

 странах Восточной Европы; сдвиги в струк-

 туре экономики ведущих капиталистических

 государств; различные модели смешанной

 экономики; экономика России; основные

 направления перестройки мирового хозяйс-

 тва.

ОПД.04 Мировая экономика

 Сущность мирового хозяйства. Международ-

 ное разделение труда и факторы, его опре-

 деляющие. Основные тенденции мировой эко-

 номики. Интернационализация и глобализа-

 ция мирохозяйственных связей.Природно-ре-

 сурсный потенциал мирохозяйственных свя-

 зей. Трудовые ресурсы. Отраслевая струк-

 тура мирового хозяйства. Уровень экономи-

 ческого развития национальных государств.

 Модели производства. Классификация нацио-

 нальных экономик, группы стран. Социаль-

 но-экономическая характеристика крупней-

 ших национальных экономик. Центр и пери-

 ферия мировой экономики. Россия в мировом

 хозяйстве.

ОПД.05 Макроэкономика

 Экономическая система и ее структура;

 макроэкономические параметры; система на-

 ционального счетоводства; макроэкономи-

 ческие пропорции; взаимосвязь результатов

 и факторов производства; лаговые процессы

 в экономике; структуры национального рын-

 ка; равновесие национального рынка и ме-

 ханизм его обеспечения; регулирование на-

 ционального рынка; механизм экономическо-

 - 22 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 го роста; модели экономического роста;

 народонаселение и экономический рост;

 стадии экономического роста; народнохо-

 зяйственное прогнозирование и факторы

 экономического роста.

ОПД.06 Микроэкономика

 Спрос, предложение и розничные цены. Пот-

 ребительский выбор. Издержки производс-

 тва. Определение цены и объема производс-

 тва: при чистой конкуренции, при чистой

 монополии, при монополистической конку-

 ренции, при олигополии. Производство и

 спрос на экономические ресурсы. Ценообра-

 зование и использование ресурсов: опреде-

 ление заработной платы, ссудного процента

 и прибыли. Общее равновесие: рыночная

 система и ее функционирование. Государс-

 тво и экономическая политика. Антитрес-

 товское законодательство и регулирование.

 Распределение дохода: неравенство и бед-

 ность. Проблемы рынка рабочей силы. Внеш-

 неэкономические связи предприятий: срав-

 нительные преимущества и протекционизм.

ОПД.07 Статистика

 Предмет, метод и задачи статистики; ис-

 точники статистической информации; груп-

 пировка и сводка материалов статистичес-

 ких наблюдений; абсолютные и относитель-

 ные величины; средние величины; ряды ди-

 намики; индексы; статистика продукции;

 статистика численности работников и ис-

 пользования рабочего времени; статистика

 производительности труда; статистика за-

 работной платы; статистика основных фон-

 дов; статистика научно-технического прог-

 ресса; статистика себестоимости продук-

 ции.

ОПД.08 Финансы,денежное обращение и кредит

 Сущность и роль финансов и кредита; госу-

 дарственный бюджет; формирование и ис-

 пользование денежных накоплений предприя-

 тий; основные принципы финансирования и

 кредитования капитальных вложений; обо-

 ротные средства предприятий, система их

 финансирования и кредитования; безналич-

 ные расчеты между предприятиями; краткос-

 рочный кредит в хозяйственном механизме

 управления предприятием; финансовая рабо-

 та и финансовое планирование в системе

 управления предприятием; роль финансов и

 кредита в развитии внешнеэкономической

 - 23 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 деятельности предприятий.

ОПД.09 Основы бухгалтерского учета

 Сущность бухгалтерского учета; учет де-

 нежных средств и расчетов; учет произ-

 водственных запасов; учет основных средс-

 тв и нематериальных активов; учет капи-

 тальных и финансовых вложений; учет гото-

 вой продукции и ее реализации; учет фон-

 дов, резервов и займов; учет и анализ фи-

 нансовых результатов и использования при-

 были; финансовая отчетность; принципы

 производственного учета.

ОПД.10 Коммерческое право России и зарубежных стран

 Коммерческое право: предмет и значение;

 субъекты коммерческой деятельности; важ-

 нейшие виды договоров в коммерческой дея-

 тельности; внедоговорные обязательства ;

 расчетные и кредитные правоотношения;

 правовая охрана собственности; правовые

 отношения субъектов коммерческой деятель-

 ности с органами государственной власти и

 управления.

 Правовое регулирование внешнеэкономичес-

 кой деятельности: понятие; источники;

 правовые основы механизма ее осуществле-

 ния; правовой статус российских и иност-

 ранных субъектов внешнеэкономической дея-

 тельности; правовое регулирование экспор-

 та и импорта товаров; обязательственный

 статут и порядок совершения внешнеэконо-

 мических сделок; договоры международной

 купли-продажи (поставки) товаров; право-

 вое регулирование таможенного дела; поря-

 док разрешения споров между участниками

 внешнеэкономических связей.

ОПД.11 Основы коммерческой деятельности

 Сущность и содержание коммерческой дея-

 тельности; классификация субъектов ком-

 мерческой деятельности; организация ком-

 мерческой деятельности в оптовой и роз-

 ничной торговле, а также при прямых свя-

 зях между производителями и потребителями

 товаров и услуг; коммерческая деятель-

 ность на рынке, осуществляемая через тор-

 говопосреднические звенья; роль банков в

 коммерческой деятельности; организация и

 техника операций на биржах, аукционах,

 торгах, ярмарках; особенности коммерчес-

 кой деятельности на рынках средств произ-

 водства, потребительских товаров и услуг.

 - 24 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ОПД.12 Основы маркетинга

 Социальные основы маркетинга; процесс уп-

 равления маркетингом; системы маркетинго-

 вых исследований и маркетинговой информа-

 ции; маркетинговая среда; покупательское

 поведение потребителей; рынок предприятий

 и поведение покупателей; сегментирование

 рынка, выбор целевых сегментов и позицио-

 нирование товара; разработка товаров: то-

 вары, товарные марки, упаковка, услуги;

 маркетинговый подход к разработке новых

 товаров и проблемам "жизненного цикла то-

 варов"; установление цен на товары: зада-

 чи, политика и подходы к политике ценооб-

 разования; методы распространения това-

 ров: каналы распределения и товародвиже-

 ния; розничная и оптовая торговля; прод-

 вижение товаров; стратегия коммуникации и

 стимулирования; реклама, стимулирование

 сбыта и пропаганда; личная продажа и уп-

 равление сбытом; стратегия, планирование,

 маркетинговый контроль.

ОПД.13 Менеджмент

 Вид деятельности и система управления;

 развитие менеджмента в прошлом и настоя-

 щем; методологические основы менеджмента;

 инфраструктура менеджмента; социофакторы

 и этика менеджмента; интеграционные про-

 цессы в менеджменте; моделирование ситуа-

 ций и разработка решений; природа и сос-

 тав функций менеджмента; стратегические и

 тактические планы в системе менеджмента;

 организационные отношения в системе ме-

 неджмента; формы организации системы ме-

 неджмента; мотивация деятельности в ме-

 неджменте; регулирование и контроль в

 системе менеджмента; динамика групп и ли-

 дерство в системе менеджмента; управление

 человеком и управление группой; руководс-

 тво: власть и партнерство; стиль менедж-

 мента и имидж (образ) менеджера; конф-

 ликтность в менеджменте; факторы эффек-

 тивности менеджмента.

ОПД.14 Основы стандартизации, сертификации и метрологии

 Основы стандартизации. Основы метрологии.

 Основы сертификации. Объекты и субъекты.

 Средства и методы. Виды. Порядок проведе-

 ния. Документальное оформление. Государс-

 твенный контроль и надзор. Ответствен-

 ность за несоблюдение стандартов, наруше-

 ние правил сертификации и метрологии.

 - 25 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

ОПД.15 Дисциплины и курсы по выбору студентов, 300

 устанавливаемые ВУЗ'ом (факультетом)

СД.00 Цикл специальных дисциплин 2754

СД.01 Прикладной маркетинг

 Особенности маркетинга в отраслевой сфе-

 ре. Маркетинговые исследования в отрасле-

 вой сфере. Анализ и прогнозирование раз-

 вития рынка. Потребители, продукт, конку-

 ренты. Характеристики продукта. Внешняя и

 внутренняя среда, их взаимодействие. Осо-

 бенности сегментирования отраслевого рын-

 ка. Виды и особенности маркетинговых

 стратегий в отраслевых сферах. Особеннос-

 ти формирования спроса и стимулирования

 сбыта. Управление маркетингом в отрасле-

 вой сфере.

СД.02 Международный маркетинг

 Специфика международного маркетинга. Меж-

 дународные маркетинговые исследования,

 его цели. Система маркетинговой информа-

 ции. Критерии выбора внешних рынков. Спо-

 собы присутствия предприятия за рубежом:

 делегирование функций сбыта или заключе-

 ние субподрядного договора по сбыту; при-

 сутствие на рынке без инвестирования; пе-

 редача полномочий с инвестированием; ин-

 вестирование с контролем. Международная

 политика продукта. Международная политика

 цен. Международная коммуникационная поли-

 тика.

СД.03 Рекламная деятельность

 Понятие рекламы, ее цели и содержание.

 История рекламы. Виды рекламы. Общие тре-

 бования к рекламе. Теории коммуникаций и

 их применение в рекламе. Планирование

 рекламной кампании. Носители рекламной

 информации. Различные формы передачи ком-

 мерческой информации. Бюджет и эффектив-

 ность рекламы.

СД.04 Информационные технологии в маркетинге

 Общие сведения об информационнонной тех-

 нологии, ее использование в маркетинговой

 деятельности; основные принципы, методы и

 свойства, эффективность информационных

 технологий. Информационные ресурсы и за-

 дачи маркетинга. Автоматизированные сис-

 темы обработки данных, их возможности при

 решении задач маркетинга. Информационные

 потребности маркетинга. Информационная

 - 26 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 база маркетинговых исследований. Архитек-

 тура баз данных и функции маркетинга.

 Функциональная архитектура автоматизиро-

 ванных систем обработки данных и диалого-

 вое взаимодействие с пользователем. Пос-

 тановка задач, необходимый состав инфор-

 мации и алгоритмы решения задач маркетин-

 га.

СД.05 Коммерческая логистика

 Понятие, цели и задачи. Основные принципы

 эффективного использования логистики в

 коммерческой практике предприятий. Стра-

 тегия и планирование в логистике. Управ-

 ление запасами. Транспортные услуги. Сер-

 вис в коммерческой логистике. Логистичес-

 кие информационные системы. Посредники в

 логистике. Международная логистика и ее

 особенности. Методы оценки логистических

 затрат и пути их сокращения. Организация

 управления службами в коммерческой логис-

 тике.

СД.06 Коммерческое товароведение и экспертиза

 Товар как объект коммерческой деятельнос-

 ти. Потребительная и меновая стоимости

 товара; факторы, их определяющие, иx вза-

 имосвязь. Классификация и кодирование то-

 варов. Ассортимент, его виды и показате-

 ли. Ассортиментная политика. Качество то-

 варов. Методы определения показателей ка-

 чества. Потребительские свойства отдель-

 ных групп товаров, особенности их форми-

 рования и оценки. Информация о товаре.

 Товароведные аспекты конкурентоспособнос-

 ти конкретных товаров и ее оценка. Прави-

 ла и режимы транспортирования и хранения

 товаров. Управление ассортиментом и ка-

 чеством товаров.

 Экспертиза.Понятие. Цели. Идентификация и

 фальсификация товаров. Виды экспертизы:

 социологическая, товарная, технологичес-

 кая, экономическая, экологическая, па-

 тентно-лицензионная, судебно-правовая.

 Методы экспертизы. Особенности экспертизы

 отдельных товаров в сфере коммерции. Ор-

 ганизация и порядок проведения. Докумен-

 тальное оформление.

СД.07 Ценообразование и налогообложение

 Стоимость, себестоимость (издержки), це-

 на. Их сущность и взаимосвязь. Экономи-

 ческие функции цены. Ценообразующие фак-

 торы. Виды цен. Свободные и регулируемые

 - 27 -

Іњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњљњњњњњњњњњњњњњ—

‹ 1 ‹ 2 ‹ 3 ‹

њњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ™њњњњњњњњњњњњњ±

 цены. Их структура. Факторы, влияющие на

 формирование свободных цен. Особенности

 формирования свободных цен на импортные и

 экспортируемые товары. Понятие налога и

налоговой системы, исходные принципы

 построения налоговой системы, функции и

 классификации налогов, организация нало-

 говой службы. Федеральные налоги, основ-

 ные виды федеральных налогов, методика их

 расчета. Специфика налогообложения России

 и республик в составе Российской Федера-

 ции, краев, областей, автономных облас-

 тей, автономных округов. Местные налоги,

 роль налогов в местном самоуправлении,

 основные их виды. Налоги в сфере внешнеэ-

 кономической деятельности, налогообложе-

 ние в зарубежных странах, его особеннос-

 ти, роль налогов как средства государс-

 твенного регулирования международных эко-

 номических отношений.

СД.08 Дисциплины специализаций 900

СД.09 Дисциплины и курсы по выбору студентов, 200

 устанавливаемые вузом (факультетом)

ДВП.00 Дополнительные виды подготовки (ГО, ВП и др.) 510

Ф.00 Факультативы 100

 Общая продолжительность

 теоретического обучения (151 неделя по 54 часа) 8154

П.00 Практики 18 недель

 Итоговая государственная аттестация 4 недели

їш0

.

 - 28 -

 Настоящий вариант программы составлен на основе следующих дан-

ных:

 Теоретическое обучение 151 неделя

 Практики 18 недель

 Экзаменационные сессии 31 неделя

 Каникулы 42 недели

 Отпуск после окончания вуза 4 недели

 њњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњњ

 Итого 246 недель

 ПРИМЕЧАНИЯ:

 1. Вуз (факультет) имеет право:

 1.1. Изменять объем часов, отводимых на освоение учебного ма-

териала: для циклов дисциплин - в пределах 5%, для дисциплин, вхо-

дящих в цикл, - в пределах 10% без превышения указанного в данной

программе максимального объема недельной нагрузки студента и при

сохранении минимального содержания.

 1.2. Устанавливать объем часов по дисциплинам циклов общих гу-

манитарных и социально-экономических дисциплин (кроме иностранного

языка и физической культуры), общих математических и естественнона-

учных дисциплин при условии сохранения общего объема часов данного

цикла и реализации минимума содержания дисциплин, указанного в гра-

фе 2.

 1.3. Осуществлять преподавание общих гуманитарных и социаль-

но-экономических дисциплин в форме авторских лекционных курсов и

разнообразных видов коллективных и индивидуальных практических за-

нятий, заданий и семинаров по программам (разработанным в самом ву-

зе и учитывающим региональную, национально-этническую, профессио-

нальную специфику, а также и научно-исследовательские предпочтения

преподавателей), обеспечивающим квалифицированное освещение темати-

 - 29 -

ки дисциплин.

 1.4. Устанавливать необходимую глубину усвоения отдельных раз-

делов дисциплин (графа 2), входящих в циклы общих гуманитарных и

социально-экономических дисциплин, общих математических и естест-

веннонаучных дисциплин, в зависимости от профиля данного направле-

ния.

 2. Максимальный объем учебной нагрузки студента, включая все

виды его аудиторной и внеаудиторной учебной работы, не должен пре-

вышать 54 часов в неделю. Объем обязательных аудиторных занятий

студента не должен превышать за период теоретического обучения в

среднем 27 часов в неделю. При этом в указанный объем не входят

обязательные практические занятия по физической культуре и занятия

по факультативным дисциплинам. Общее число каникулярного времени в

учебный год должно составлять 7-10 недель, в том числе не менее

двух недель в зимний период.

 3. Факультативные дисциплины предусматриваются учебным планом

вуза, но не являются обязательными для изучения студентом.

 4. Курсовые работы (проекты) рассматриваются как вид учебной

работы по дисциплине и выполняются в пределах часов, отводимых на

ее изучение.

 5. Цикл специальных дисциплин представляет собой профессио-

нальную подготовку, отражающую специфику конкретной отрасли и уг-

лубленную подготовку по соответствующей специализации, предполагаю-

щую различные виды профессиональной деятельности выпускника.

 6. Государственная итоговая квалификационная аттестация осу-

ществляется согласно п.5.3 Государственного образовательного стан-

дарта Российской Федерации "Высшее образование. Общие требования".

Формы и содержание государственной итоговой квалификационной аттес-

тации специалиста должны обеспечить контроль за соблюдением требо-

ваний к уровню подготовки лиц, завершивших обучение.

 Учебно-методическое объединение по образованию в области ком-

 - 30 -

мерции

 Н.П. Ващекин

 Научно-методический совет Госкомвуза России по экономическому

образованию

 В.П. Тихомиров

 Экспертный совет по циклу общих естественно-научных дисциплин

Госкомвуза России

 А.Д. Гладун

 Главное управление образовательно-профессиональных программ и

технологий Госкомвуза России

 Ю.Г.Татур

 Управление гуманитарного образования Госкомвуза России

 В.В.Сериков

 Ф.Ф.Стерликов