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

_____Бабурин С.Н.

«_____» _____2010г.

ПРИМЕРНАЯ ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки

100700 -ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация выпускника **МАГИСТР**

Форма обучения ОЧНАЯ

Нормативный срок освоения программы 2 года

Москва 2010 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Примерной Основной Образовательной Программы (ПООП)
по направлению подготовки 100700.68-Торговое дело

(магистр)

Стр.

1. Общие положения …… 3
2. Основания для разработки ПООП по направлению подготовки 100700.68-Торговое дело (нормативные документы) …… 3
3. Перечень магистерских программ по направлению 100700.68-Торговое дело …… 4
4. Требования к результатам освоения основной образовательной программы подготовки магистра по направлению 100700.68-Торговое дело …… 5
5. Примерные учебные планы магистерских программ по направлению 100700.68-Торговое дело …… 8
   - 5.1. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг …… 9-11
   - 5.2. Инновационная коммерческая деятельность …… 12-14
   - 5.3. Стратегии и инновации в маркетинге …… 15-17
   - 5.4. Идентификационная экспертиза продовольственных товаров ……18-20
   - 5.5. Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле…… 21-23
   - 5.6. Магистр науки и педагогики ……..…… 24-26
6. Требования к итоговой государственной аттестации по направлению 100700.68-Торговое дело …… 27
7. Список разработчиков ПООП, экспертов. …… 28-29

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Примерная основная образовательная программа высшего профессионального образования подготовки магистров **по направлению 100700-Торговое дело** (далее - ПООП) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную в ГОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет» с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100700.68-Торговое дело.

ПООП ВПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

2. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРИМЕРНОЙ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ

по направлению 100700.68 -Торговое дело (магистр)

Настоящая примерная основная образовательная программа разработана в соответствии с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 100700 -Торговое дело (квалификация (степень) магистр), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 года № 628.
- Федеральным законом Российской Федерации от 24 октября 2007 г. №232-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)»
- Федеральным законом Российской Федерации от 1 декабря 2007 г. №309-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта».
- Федеральным законом Российской Федерации от 22 августа 1996 года №125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании».

- Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 февраля 2009 г. № 142 «Об утверждении правил разработки и утверждения федеральных государственных образовательных стандартов».

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ магистратуры по направлению подготовки 100700.68- Торговое дело всеми образовательными учреждениями высшего профессионального образования (высшими учебными заведениями), имеющими государственную аккредитацию, на территории Российской Федерации.

3. ПЕРЕЧЕНЬ МАГИСТЕРСКИХ ПРОГРАММ по направлению 100700.68-Торговое дело

Магистерские программы вуза должны формировать у обучающихся умения и навыки в области: компьютерных технологий; организации экспертизы; иностранного языка; психологии; стратегического маркетинга; инновационных маркетинговых коммуникаций; рекламного менеджмента; бизнес-проектирования коммерческой деятельности, логистики, а также по дисциплинам (модулям) вариативной части, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся соответствующих умений и навыков.

В рамках реализации магистерской подготовки по направлению 100700-Торговое дело заявлены наиболее востребованные в сфере торговой деятельности следующие магистерские программы:

1. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.
2. Инновационная коммерческая деятельность.
3. Стратегии и инновации в маркетинге.
4. Идентификационная экспертиза продовольственных товаров.
5. Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле.
6. Магистр науки и педагогики.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ
по направлению 100700.68-Торговое дело

В ФГОС ВПО по направлению 100700.68-Торговое дело представлена компетентностная модель подготовки магистров, основанная на выявлении запросов работодателей к качеству подготовки выпускников ВПО, и востребованных в сфере торговой деятельности. Был выбран оптимальный набор компетенций, реализуемый для разных вузов УМО по образованию в области коммерции, маркетинга и рекламы.

4.1. Выпускник магистратуры должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-1);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);

готовностью к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способностью использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3);

способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения и способностью к активной социальной мобильности (ОК-4);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5);

способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6);

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

готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8);

способностью учитывать роль психологических свойств личности в профессиональной деятельности, своевременно выявлять и разрешать конфликтные ситуации, применять основные нормы и правила современного этикета (ОК-9).

4.2. Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

торгово-технологическая деятельность:

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

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-2);

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3);

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-4);

организационно-управленческая деятельность:

способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-5);

готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-6);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-

технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-7);

экспертная деятельность:

способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее (ПК-8);

проектная деятельность:

подготовленностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9);

способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готовностью к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);

научно-исследовательская деятельность:

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

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12);

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13);

педагогическая деятельность:

способностью организовать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).

5. Примерные учебные планы магистерских программ

по направлению 100700.68- Торговое дело

Представленные примерные учебные планы по направлению подготовки 100700.68 - Торговое дело (магистр) определяют основные дисциплины данного направления подготовки, последовательность их освоения, значимость дисциплин, их трудоемкость и развиваемые компетенции.

При разработке примерных учебных планов в базовой части учтены требования ФГОС ВПО. Вариативная часть этих планов содержит дисциплины, обеспечивающие формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с заявленными магистерскими программами:

1. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг
2. Инновационная коммерческая деятельность
3. Стратегии и инновации в маркетинге
4. Идентификационная экспертиза продовольственных товаров
5. Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле
6. Магистр науки и педагогики

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				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
				18	17	23		
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
М.Б.1.02	Психология	2	72		х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии в торговой деятельности	2	72	х				Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Вариативная часть (В): магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»	**15-16**						
М.В.1.04	Инвестиции на рынке товаров и услуг	5	180		х			Экзамен
М.В.1.05	Методология экономической науки	5	180	х				Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**5-6**						
М.В.1.06	Теория сетевой экономики / Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции	3	108			х		Зачет
М.В.1.07	Планирование и прогнозирование в условиях рынка / Конкурентная политика коммерческих организаций	2-3	72-108		х			Зачет
М.2 Профессиональный цикл		**41-42**						
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**18**						
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг на потребительском рынке	4	144		х			Экзамен
М.Б.2.02	Организация экспертизы потребительских товаров	4	144			х		Экзамен
М.Б.2.03	Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка	2	72	х				Зачет
М.Б.2.04	Рекламный менеджмент на потребительском рынке	4	144	х				Экзамен
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	4	144		х			Экзамен
	Вариативная часть: магистерская программа «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»	**23-24**						
М.В.2.06	Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке	4	144	х				Экзамен
М.В.2.07	Инновационный механизм в управлении коммерческой деятельностью	4	144	х				Экзамен
М.В.2.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики	4	144			х		Экзамен
М.В.2.09	Корпоративное управление коммерческих организаций	4	144		х			Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**6-8**						
М.В.2.10	Оценка бизнеса / Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса	4	144			х		Экзамен
М.В.2.11	Международный бизнес / Консалтинг в сфере торговли	3-4	108-144			х		Зачет
	Всего по циклам:	**60**	**2160**					
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		**45**	**1620**	х	х	х	х	Зачет с оценкой
М.4 Итоговая государственная аттестация		**15**	**540**				х	
Всего:		**120**	**4320**	**30**	**30**	**36**	**24**	

В колонках 5-8 символом «×» 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	Экзаменацион-ная сессия	Практики	Научно-исследователь-ская практика (работа)	Итоговая государствен-ная 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/

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/
« 25 » февраля 2011 г.
протокол №2 заседания
президиума Совета УМО

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
подготовки магистра по направлению 100700.68 -Торговое дело
магистерская программа «Инновационная коммерческая деятельность»

Квалификация магистр
Нормативный срок обучения 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
				18	17	23		
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
М.Б.1.02	Психология	2	72		х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии	2	72	х				Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Вариативная часть (В): магистерская программа «Инновационная коммерческая деятельность»	**15-16**						
М.В.1.04	Инноватика	5	180		х			Экзамен
М.В.1.05	Методология науки	5	180	х				Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**5-6**						
М.В.1.06	Анализ и прогнозирование развития региональных и локальных товарных рынков / Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции	3	108			х		Зачет
М.В.1.07	Планирование и прогнозирование коммерческой деятельности / Конкурентная политика государства	2-3	72-108		х			Зачет
М.2 Профессиональный цикл		**41-42**						
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**18**						
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг	4	144		х			Экзамен
М.Б.2.02	Организация экспертизы товаров	4	144			х		Экзамен
М.Б.2.03	Интегрированные маркетинговые коммуникации	2	72	х				Зачет
М.Б.2.04	Категорийный менеджмент	4	144	х				Экзамен
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	4	144		х			Экзамен
	Вариативная часть: магистерская программа «Инновационная коммерческая деятельность»	**23-24**						
М.В.2.06	Стратегическое управление коммерческой деятельностью	4	144	х				Экзамен
М.В.2.07	Инновации в управлении коммерческой деятельностью	4	144	х				Экзамен
М.В.2.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики	4	144			х		Экзамен
М.В.2.09	Инвестиции на рынке товаров и услуг	4	144		х			Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**7-8**						
М.В.2.10	Оценка бизнеса / Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса	4	144			х		Экзамен
М.В.2.11	Международный бизнес/ Корпоративное управление	3-4	108-144			х		Зачет
	Всего по циклам:	**60**	**2160**					
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		**45**	**1620**	х	х	х	х	Зачет с оценкой
М.4 Итоговая государственная аттестация		**15**	**540**				х	
Всего:		**120**	**4320**	**30**	**30**	**36**	**24**	

В колонках 5-8 символом «×» 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	Экзаменацион-ная сессия	Практики	Научно-исследователь-ская практика (работа)	Итоговая государствен-ная 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 в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700 - Торговое дело (квалификация (степень) «магистр»), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 628, 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 технологии коммерции, д.т.н. /Т.И. Николаева/

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/
« 29 » марта 2011 г.
протокол №3 заседания
президиума Совета УМО

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистра по направлению 100700.68 -Торговое дело
магистерская программа «Стратегии и инновации в маркетинге»

Квалификация магистр
Нормативный срок обучения - 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	9-й семестр	10-й семестр	11-й семестр	12-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
				17	12	12	6	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.1 Общенаучный цикл		***18-24***	***648-864***					
	Базовая часть (Б)	**6-8**	**216-288**					
М.Б.1.01	Деловой иностранный язык	2-4	72-144	х				Зачет / Экзамен
М.Б.1.02	Психология	2	72		х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии	2	72		х			Зачет
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Вариативная часть (В): магистерская программа	**12-16**	**432-576**					

	«Стратегии и инновации в маркетинге»							
М.В.1.04	Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование	4-5	144-180	х				Экзамен
М.В.1.05	Конкурентная политика предприятия. Интерактивный семинар.	4-5	144-180			х	х	Экзамен / Реферат
	Дисциплины по выбору студента:	**4-5**	**144-180**					
М.В.1.06	Государственное регулирование маркетинговой деятельности / Информационные системы управления организациями торговли	2	72	х				Зачет
М.В.1.07	Инновации маркетинговой деятельности / Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	2-3	72-108	х				Зачет
М.2 Профессиональный цикл		**36-42**	**1296-1512**					
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**12-14**	**432-504**					
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг	3-4	108-144			х		Экзамен
М.Б.2.02	Организация маркетинговой экспертизы	2	72		х			Зачет
М.Б.2.03	Инновационные маркетинговые коммуникации	3	108	х				Зачет / Реферат
М.Б.2.04	Рекламный менеджмент	2-3	72-108				х	Зачет
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование маркетинговой деятельности	2	72				х	Зачет / Реферат
	Вариативная часть: магистерская программа «Стратегии и инновации в маркетинге»	**24-28**	**864-1008**					
М.В.2.06	Финансовые технологии в маркетинге	3-4	108-144	х				Зачет / Экзамен
М.В.2.07	Технологии маркетинговых исследований	4	144		х			Экзамен
М.В.2.08	Экономическая теория	2	72				х	Зачет
М.В.2.09	Маркетинг в международных экономических отношениях	2	72			х		Зачет
М.В.2.10	Методика преподавания маркетинговых дисциплин	3-4	108-144			х		Зачет / Экзамен
М.В.2.11	Маркетинг в социально-культурном сервисе	3-4	108-144		х			Зачет / Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**7-8**	**252-288**					
М.В.2.12	Маркетинг взаимоотношений / Потребительская культура	2-3	72-108			х		Зачет
М.В.2.13	Инвестиционные риски в маркетинге/ Методологические основы моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий	3	108	х				Зачет
М.В.2.14	Международные финансы и валютные системы / Ценовые стратегии на внутреннем и внешнем рынке	2	72				х	Зачет
	Всего по циклам:	**60**	**2160**					
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		**45**	**1620**	х	х	х	х	Зачет с оценкой

М.4 Итоговая государственная аттестация	**15**	**540**				x	
Всего:	**120**	**4320**	**25**	**35**	**18**	**42**	

В колонках 5-8 символом «×» 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	Научно-исследовательская работа	Научно-исследовательская практика	Научно-производственная практика	Государственная аттестация	Каникулы (в т.ч. последипломный отпуск)	Всего
V	29	2			14	-	7	52
VI	18	2	8	10	6	2	6	52
Итого:	47	4	8	10	20	2	13	104

Настоящий учебный план составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700 - Торговое дело (квалификация (степень) «магистр»), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 628, 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/

Декан факультета коммерции и маркетинга, д.э.н. /Т.Н. Парамонова/

Доцент кафедры маркетинга и рекламы, к.э.н. /М.В. Зинцова/

Старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы /И.Н. Попова/

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/
« 29 » марта 2011 г.
протокол №3 заседания
президиума Совета УМО

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
подготовки магистра по направлению 100700.68 -Торговое дело
магистерская программа «Идентификационная экспертиза продовольственных товаров»

Квалификация магистр
Нормативный срок обучения 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.1 Общенаучный цикл		***18***						
	Базовая часть (Б)	**6**						
М.Б.1.01	Иностранный язык	2		х				Экзамен
М.Б.1.02	Психология	2			х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии в торговой деятельности	2		х				Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Вариативная часть (В): магистерская программа «Идентификационная экспертиза продовольственных товаров»	**12**						
М.В.1.04	Экономика хранения	4		х				Экзамен
М.В.1.05	Логика и теория аргументации	4				х		Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**4**						
М.В.1.06	Социология управления / Инноватика	2			х			Зачет
М.В.1.07	Государственное регулирование деятельности оптовых и розничных торговых организаций / Потребительская культура	2			х			
М.2 Профессиональный цикл		***39***						
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**12**						
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг	3			х			Экзамен
М.Б.2.02	Идентификационная экспертиза продовольственных товаров	3				х		Экзамен
М.Б.2.03	Управление качеством и конкурентоспособностью товаров	2		х				Экзамен
М.Б.2.04	Товарная экспертиза	4		х				Зачет
	Вариативная часть: магистерская программа «Идентификационная экспертиза продовольственных товаров»	**30**						
М.Б.2.05	Бизнес-планирование и проектирование торговой деятельности	3			х			Экзамен
М.В.2.06	Современные методы исследования товаров	5		х				Экзамен
М.В.2.07	Основы научных исследований	5		х				Экзамен
М.В.2.08	Организация экспертной деятельности	4,5				х		Экзамен
М.В.2.09	Сенсорная оценка продовольственных товаров	4			х			Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**8,5**						
М.В.2.10	Товароведение однородных групп товаров (углубленный курс) / Товароведение тары и упаковочных материалов	4,5				х		Экзамен
М.В.2.11	Хранение продовольственных товаров	4				х		Зачет
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		***45***		х	х	х	х	Зачет с оценкой
М.4 Итоговая государственная аттестация		***15***					х	
Всего:		***120***		30	30	36	24	

В колонках 5-8 символом «×» 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	Экзаменацион-ная сессия	Практики	Научно-исследователь-ская практика (работа)	Итоговая государствен-ная аттестация	Каникулы	Всего
I	35	6	4	Параллельно с теоретическим обучением	-	7	52
II	22	4	6		10	10	52
Итого:	57	10	10		10	17	104

Настоящий учебный план составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700 - Торговое дело (квалификация (степень) «магистр»), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 628, 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, профессор /Г.Я. Резго/

Заведующая кафедрой товароведения и экспертизы товаров, д.т.н., профессор /М.А. Николаева/

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/
« 29 » марта 2011 г.
протокол №3 заседания
президиума Совета УМО

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистра по направлению 100700.68 -Торговое дело
магистерская программа «Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле»

Квалификация магистр
Нормативный срок обучения 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.1 Общенаучный цикл		***21***						
	Базовая часть (Б)	**6**						
М.Б.1.01	Иностранный язык	2		х				Экзамен
М.Б.1.02	Психология	2			х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии в оптовой торговле	2		х				Зачет
	Вариативная часть (В): магистерская программа «Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле»	**15**						

1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.В.1.04	Экономика хранения	5		х				Экзамен
М.В.1.05	Логика и теория аргументации	5				х		Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**5**						
М.В.1.06	Потребительская культура / Инноватика	3			х			Зачет
М.В.1.07	Государственное регулирование деятельности оптовых организаций / Инновационные технологии в складском хозяйстве	2			х			Зачет
М.2 Профессиональный цикл		***39***						
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**12**						
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг в оптовых торговых организациях	3			х			Экзамен
М.Б.2.02	Хранение продовольственных товаров	5			х	х		Экзамен
М.Б.2.03	Товарная экспертиза	4		х				Экзамен
	Вариативная часть: магистерская программа «Хранение продовольственных товаров в оптовой торговле»	**27**						
М.В.2.06	Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров	5		х				Экзамен
М.В.2.07	Основы научных исследований	5		х				Экзамен
М.В.2.08	Товароведение тары и упаковочных материалов	4,5				х		Экзамен
М.В.2.09	Маркетинговые исследования на товарном рынке	4			х			Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**8,5**						
М.В.2.10	Инновационные технологии хранения / Товарный консалтинг	4,5				х		Экзамен
М.В.2.11	Документационное обеспечение деятельности оптовых организаций / Техническое оснащение и охрана труда в предприятиях оптовой торговли	4				х		Зачет
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		***45***		х	х	х	х	Зачет с оценкой
М.4 Итоговая государственная аттестация		***15***					х	
Всего:		***120***		30	30	36	24	

В колонках 5-8 символом «×» 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	22	4	6		10	10	52
Итого:	57	10	10		10	17	104

Настоящий учебный план составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700 - Торговое дело (квалификация (степень) «магистр»), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 628, 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, профессор /Г.Я. Резго/

Заведующая кафедрой товароведения и экспертизы товаров, д.т.н., профессор /М.А. Николаева/

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/

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистра по направлению 100700.68 - Торговое дело
магистерская программа «Магистр в области науки и педагогики»

Квалификация магистр
Нормативный срок обучения - 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачетные единицы	Часы	Примерное распределение по семестрам				
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	Форма промежуточной аттестации
				Количество недель				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.1 Общенаучный цикл		***21***						
	Базовая часть (Б)	**6**						
М.Б.1.01	Иностранный язык	2		х				Экзамен
М.Б.1.02	Психология	2			х			Зачет
М.Б.1.03	Компьютерные технологии	2		х				Зачет
	Вариативная часть (В): магистерская программа «Магистр в области науки и педагогики»	**15**						
М.В.1.04	Педагогика	5		х				Экзамен

М.В.1.05	Логика и теория аргументации	5				х		Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**5**						
М.В.1.06	Социология управления / Экономическая социология	3			х			Зачет
М.В.1.07	Государственное регулирование экономики и экономическая политика / История экономики	2			х			Зачет
1	2	3	4	5	6	7	8	9
М.2 Профессиональный цикл		***39***						
	Базовая (общепрофессиональная) часть	**12**						
М.Б.2.01	Стратегический маркетинг	3			х			Экзамен
М.Б.2.02	Инновационные маркетинговые коммуникации	2				х		Экзамен
М.Б.2.03	Организация экспертизы	2		х				Экзамен
М.Б.2.04	Рекламный менеджмент	2		х				Зачет
М.Б.2.05	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	3			х			Экзамен
	Вариативная часть: магистерская программа «Магистр в области науки и педагогики	**27**						
М.В.2.06	Теория науки	5		х				Экзамен
М.В.2.07	Основы научных исследований	5		х				Экзамен
М.В.2.08	Методика преподавания	4,5				х		Экзамен
М.В.2.09	Инновации в сфере образования и науки	4			х			Экзамен
	Дисциплины по выбору студента:	**8,5**						
М.В.2.10	Инновационные педагогические технологии / Игровое моделирование в учебном процессе	4,5				х		Экзамен
М.В.2.11	Построение системы управления знаниями и компетенциями на предприятии / Управление инновационной деятельностью в коммерции	4				х		Зачет
М.3 Практика и научно-исследовательская работа		***45***		х	х	х	х	Зачет с оценкой
М.4 Итоговая государственная аттестация		***15***					х	
Всего:		***120***		30	30	36	24	

В колонках 5-8 символом «×» 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	Экзаменацион-ная сессия	Практики	Научно-исследователь-ская практика (работа)	Итоговая государствен-ная аттестация	Каникулы	Всего
I	35	6	4	Параллельно с теоретическим обучением	-	7	52
II	22	4	6		10	10	52
Итого:	57	10	10		10	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 маркетинга и рекламы, д.э.н. / Т.Н. Парамонова/

6. Требования к итоговой государственной аттестации

Итоговая государственная аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (проекта) определяются высшим учебным заведением.

Выпускная квалификационная работа в соответствии с магистерской программой выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которому готовится магистр (торгово-технологической, организационно-управленческой, экспертной, проектной, научно-исследовательской).

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть направлена на решение профессиональных задач.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Государственный экзамен по направлению подготовки может вводиться по решению Ученого совета вуза.

Программа государственного экзамена разрабатывается вузами самостоятельно. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.

7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ПООП, ЭКСПЕРТОВ

Научный руководитель

Российский государственный торгово-экономический университет	Проректор по учебной работе кандидат технических наук, профессор	Резго Георгий Яковлевич

Группа управления проектом:

Российский государственный торгово-экономический университет	Профессор кафедры маркетинга и рекламы, директор Отраслевого центра повышения квалификации работников торговли, доктор технических наук	Николаева Мария Андреевна
Российский государственный торгово-экономический университет	Декан факультета коммерции и маркетинга, зав. кафедрой маркетинга и рекламы, доктор экономических наук, профессор	Парамонова Татьяна Николаевна

Проектный коллектив:

Российский государственный торгово-экономический университет	Профессор кафедры организации и технологии коммерции, кандидат технических наук	Половцева Фаина Петровна
Российский государственный торгово-экономический университет	Профессор кафедры организации и технологии коммерции, кандидат технических наук	Гаджинский Адиль Мухтарович
Российский государственный торгово-экономический университет	Доцент кафедры организации и технологии коммерции, кандидат экономических наук	Панюкова Вероника Васильевна
Российский государственный торгово-экономический университет	Доцент кафедры товароведения и экспертизы товаров, кандидат технических наук	Платова Раиса Абдулгафаровна
Российский государственный торгово-экономический университет	Профессор кафедры товароведения и экспертизы товаров, кандидат технических наук	Цветкова Людмила Георгиевна
Российский государственный торгово-экономический университет	Начальник отдела обеспечения деятельности УМО и МАТЭО	Скрипкина Валентина Степановна

Российский государственный торгово-экономический университет	Доцент кафедры маркетинга и рекламы кандидат экономических наук	Зинцова Марина Владимировна
Российский государственный торгово-экономический университет	Преподаватель кафедры маркетинга и рекламы	Попова Ирина Николаевна

Эксперты:

Исследовательский центр проблем качества и подготовки специалистов МИСиС	Зав. кафедрой новых технологий активного обучения, кандидат педагогических наук	Борисова Наталья Владленовна
Исследовательский центр проблем качества и подготовки специалистов МИСиС	Старший преподаватель кафедры новых технологий активного обучения	Кузов Владимир Борисович