МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение менеджмента

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.
_____
"___"_____20___ г.

Программа дисциплины

Товарная политика продукции предприятий Б3.ДВ.5

Направление подготовки: 100700.62 - Торговое дело
Профиль подготовки: Коммерция
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Автор(ы):
Белобородова А.Л.
Рецензент(ы):
Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.
Протокол заседания кафедры No ___ от "____" _____ 201__г
Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):
Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No

Казань
2015

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Белобородова А.Л. кафедра маркетинга Отделение менеджмента , ALBeloborodova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области разработки и реализации товарной политики на предприятиях различных сфер деятельности. Для достижения поставленной цели необходимо:

- ознакомить студентов с основными тенденциями развития теоретических основ в области разработки и формирования товарной политики предприятия;
- ознакомить студентов с инструментами создания и поддержания оптимального ассортиментного ряда продукции;
- изучить механизм управления товарным ассортиментом предприятия;
- изучить методы оценки эффективности товарной политики предприятия;
- изучить методики оценки конкурентоспособности товаров предприятия.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 100700.62 Торговое дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина "Товарная политика продукции предприятия" основывается на изучении дисциплин "Экономическая теория", "Стандартизация, метрология, подтверждение соотвествия", "Теоретические основы товароведения" "Маркетинг", "Товароведение и экспертиза товаров" и формирует основу для изучения дисциплин "Рынки потребительских товаров", "Сервисная деятельность", "Организация торговой деятельности", "Маркетинговые исследования" и "Товарная информация".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10 (профессиональные компетенции)	обладать способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-21 (профессиональные компетенции)	обладать готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций
ПК-23 (профессиональные компетенции)	обладать знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности
ПК-31 (профессиональные компетенции)	обладать умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
ПК-8 (профессиональные компетенции)	обладать способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-49 (профессиональные компетенции)	обладать способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные теоретические аспекты изучаемой дисциплины "Товарная политика продукции предприятия";
- цели, задачи, функции и принципы товарной политики предприятия;
- роль и значение товарной политики в организации деятельности промышленного и торгового предприятия;
- методологию создания и поддержания оптимального ассортиментного ряда продукции;
- методологию оценки эффективности товарной политики предприятия;
- влияние конкурентоспособности товара на эффективность товарной политики предприятия;
- роль и значение бренда, марки, упаковки и сервиса в продвижении товаров;
- инструменты управления товарным ассортиментом предприятия.

2. должен уметь:

- правильно формулировать цель и задачи товарной политики предприятия;
- сформировать товарную политику с учетом ситуации на рынке, на котором работает предприятие;
- проектировать товарные стратегии на основе модели жизненного цикла товара;
- применять инструменты управления товарным ассортиментом предприятия;
- оценивать конкурентоспособность товаров предприятия;
- оценивать сбалансированность товарного портфеля предприятия;
- разработать стратегию позиционирования товаров предприятия;
- оценивать эффективность товарной политики предприятия.

3. должен владеть:

- современными методиками анализа товарного ассортимент предприятия (ABC - анализ, XYZ - анализ, матрица BCG, матрица рентабельности, матрица McKinsey/ General Electric, ассортиментная матрица);
- современными подходами к формированию товарной стратегии организации в соответствии с поставленными целями и спецификой сферы деятельности;
- методами оценки конкурентоспособности товаров предприятия;
- навыками разработки стратегии позиционирования товаров предприятия;
- навыками управления товарным ассортиментом предприятия;
- методами оценки эффективности товарной политики предприятия.

Применять знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины "Товарная политика продукции предприятий" на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основы формирования товарной политики организации	7	1	2	2	0	
2.	Тема 2. Ассортиментная политика предприятия	7	2,3	4	4	0	
3.	Тема 3. Управление товарным ассортиментом предприятия	7	4,5	4	4	0	
4.	Тема 4. Управление жизненным циклом товара	7	6	2	2	0	контрольная работа
5.	Тема 5. Управление конкурентоспособностью товара	7	7	2	2	0	
6.	Тема 6. Позиционирование товара	7	8	2	2	0	
7.	Тема 7. Торговые марки в товарной политике предприятия	7	9	2	2	0	контрольная работа
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основы формирования товарной политики организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Задачи товарной политики. Понятие товара. Классификация товаров по Ф. Котлеру. Понятие услуги, классификация услуг. Место товарной политики в маркетинговой деятельности организации. Природа товара в маркетинге. Атрибуты товара. Мультиатрибутивная модель товара. Роль и значение маркетинговых исследований в формировании товарной политики организации. Оценка эффективности товарной политики организации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность и роль товарной политики предприятия в условиях рынка. Принципы товарной политики организации. Этапы разработки товарной политики предприятия. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера. Многоуровневая модель товара В. Благоева. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена. Оценка эффективности товарной политики организации.

Тема 2. Ассортиментная политика предприятия

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие ассортимента и номенклатуры. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия. Подходы к построению ассортиментной стратегии. Работа с поставщиками: построение системы оценки, методы выбора основных для компании поставщиков. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере товарного производства. Формирование ассортимента на предприятии оптовой торговли. Розничное торговое предприятие и формирование товарного ассортимента. Изменение ассортимента: принятие решения о вводе нового продукта, принятие решения о выводе старого продукта.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Ассортимент: понятие, характеристики, виды. Ассортимент и номенклатура товара. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия. Подходы к построению ассортиментной стратегии. Сервис и гарантийное обслуживание, как неотъемлемая часть товарной политики организации. Формирование ассортимента на предприятии оптовой и розничной торговли. Принятие решения о вводе и выводе товаров из ассортимента предприятия. Less is more ? формула успеха в розничной торговле.

Тема 3. Управление товарным ассортиментом предприятия

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Категорийный менеджмент ? подход к системе управления ассортиментом. Система категорийного менеджмента: цель, задачи, методы, преимущества и необходимость. ABC - анализ. XYZ ? анализ. Совмещенный ABC и XYZ ? анализ. Матрицы BCG и McKinsey/ General Electric, как инструмент стратегического управления товарным ассортиментом. Матрица рентабельности, как инструмент оперативного управления товарным ассортиментом. Ассортиментная матрица.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Система категорийного менеджмента: цель, задачи, методы, преимущества и необходимость. ABC - анализ. XYZ ? анализ. Совмещенный ABC и XYZ ? анализ. Матрица BCG: сущность, методика построения. Матрица McKinsey/ General Electric: сущность, методика построения. Ассортиментная матрица.

Тема 4. Управление жизненным циклом товара

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Концепция жизненного цикла товара Т. Левитта. Этапы жизненного цикла товара. Кривые жизненного цикла товара. Особенности жизненного цикла услуги. Формирование стратегий на различных этапах жизненного цикла товара. Управление жизненным циклом товара: создание инновационных товаров, диверсификация как разновидность стратегии инновации, создание модифицированного товара, элиминация товара.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Концепция жизненного цикла товара. Краткая характеристика этапов жизненного цикла товара. Виды кривых жизненного цикла товара. Формирование стратегий на различных этапах жизненного цикла товаров. Понятие сбалансированного товарного портфеля. Управление жизненным циклом товара: создание инновационных товаров, диверсификация как разновидность стратегии инновации, создание модифицированного товара, элиминация товара.

Тема 5. Управление конкурентоспособностью товара

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие конкурентоспособности товара. Показатели конкурентоспособности товара: технологические, экономические, социальные. Управление конкурентоспособностью товара. Пути повышения конкурентоспособности товара. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товаров.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие и сущность конкурентоспособности товара. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара. Качество и конкурентоспособность товара. Методы оценки конкурентоспособности товара.

Тема 6. Позиционирование товара

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие и сущность позиционирования товара. Позиционирования по Э. Райсу и Дж. Трауту. Позиционирование по М. Триси и Ф. Виерсема. Основные принципы позиционирования. Типы позиционирования. Методы позиционирования. Метод построения карт восприятия. Основные ошибки позиционирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие и сущность позиционирования товара. Позиционирования по Э. Райсу и Дж. Трауту. Позиционирование по М. Триси и Ф. Виерсема. Основные принципы позиционирования. Типы позиционирования. Методы позиционирования. Метод построения карт восприятия. Основные ошибки позиционирования.

Тема 7. Торговые марки в товарной политике предприятия

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие, сущность и предназначение торговых марок. Специфика понятий товарный знак, торговая марка, бренд. Марочные стратегии. Организация управления торговыми марками. Достоинства и недостатки выпуска различных видов товаров под одной маркой.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Товарный знак, торговая марка, бренд. Формирование торговых марок в российской экономике. Организация управления торговыми марками. Специфика управления торговыми марками в России. Выпуск товаров под одной маркой: достоинства и недостатки.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Управление жизненным циклом товара	7	6	подготовка к контрольной работе	36	контрольная работа
7.	Тема 7. Торговые марки в товарной политике предприятия	7	9	подготовка к контрольной работе	36	контрольная работа
	Итого				72	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Чтение лекций с использованием мультимедийного оборудования. В рамках семинарских занятий предусмотрено решение кейсов, проведение мастер классов, подготовка презентаций, проведение деловых игр, работа в компьютерных аудиториях.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Тема 1. Основы формирования товарной политики организации

Тема 2. Ассортиментная политика предприятия

Тема 3. Управление товарным ассортиментом предприятия

Тема 4. Управление жизненным циклом товара

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Цели и задачи товарной политики предприятия. 2. Место товарной политики в маркетинговой деятельности организации. 3. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена. 4. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера. 5. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия. 6. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия. 7. Изменение ассортимента: принятие решения о вводе нового продукта, принятие решения о выводе старого продукта (решение задачи). 8. Система категорийного менеджмента: цель, задачи, методы, преимущества и необходимость. 9. ABC - анализ (решение задачи). 10. XYZ - анализ (решение задачи). 11. Матрица BCG (решение задачи). 12. Матрица McKinsey/ General Electric (решение задачи). 13. Матрица рентабельности (решение задачи). 14. Кривые жизненного цикла товара: построение, краткая характеристика. 15. Формирование стратегий на различных этапах жизненного цикла товара. 16. Управление жизненным циклом товара: создание инновационных товаров, диверсификация как разновидность стратегии инновации, создание модифицированного товара, элиминация товара.

Тема 5. Управление конкурентоспособностью товара

Тема 6. Позиционирование товара

Тема 7. Торговые марки в товарной политике предприятия

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товаров. 2. Оценка конкурентоспособности товара (решение задачи). 3. Позиционирования по Э. Райсу и Дж. Трауту. 4. Метод построения карт восприятия (решение задачи). 5. Специфика понятий товарный знак, торговая марка, бренд. 6. Марочные стратегии.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1.Определение понятия " товар" с точки зрения экономической теории и маркетинга.

2.Классификация товаров потребительского назначения. Классификация товаров промышленного назначения.

3.Отличительные особенности услуг. Классификация услуг.

4. Место товарной политики в маркетинговой деятельности организации.

5. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.

6. Многоуровневая модель товара В. Благоева.

7. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена.

8. Качественные и количественные параметры оценки эффективности товарной политики организации.

9. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия.

10. Понятие ассортимента и номенклатуры.

11. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия.

12. Работа с поставщиками: построение системы оценки, методы выбора основных для компании поставщиков.

13. Изменение ассортимента: принятие решения о вводе нового продукта, принятие решения о выводе старого продукта.

14. Система категорийного менеджмента: цель, задачи, методы, преимущества и необходимость.

15. Виды товарного ассортимента: промышленный, торговый, простой, сложный, групповой, развернутый, смешанный).

16. Показатели товарного ассортимента (широта, полнота, структура, новизна, устойчи-вость, показатель ассортиментного минимума, коэффициент рациональности)
17. ABC - анализ: суть, методика проведения.
18. XYZ - анализ: суть, методика проведения.
19. Совмещенный ABC и XYZ - анализ: суть, методика проведения.
20. Матрица BCG: сущность, методика построения.
21. Матрица McKinsey/ General Electric: сущность, методика построения.
22. Ассортиментная матрица.
23. Модель жизненного цикла товара Т. Левитта (этапы ЖЦТ и их характеристика).
24. Управление ЖЦТ: анализ ЖЦТ, товарные стратегии.
25. Кривые ЖЦТ.
26. Особенности жизненного цикла услуги.
27. Диверсификация как разновидность стратегии инновации, достоинства и недос-татки различных способов диверсификации.
28. Стратегия модификации: модификация рынка, комплекса маркетинга, товара.
29. Стратегия элиминации.
30. Показатели конкурентоспособности товара: технологические, экономические, социальные.
31. Методы оценки конкурентоспособности товара.
32. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара.
33. Пути повышения конкурентоспособности товара.
34. Характеристика современного состояния конкурентоспособности товаров отечественного производства.
35. Позиционирования по Э. Райсу и Дж. Трауту.
36. Позиционирование по М. Триси и Ф. Виерсема.
37. Основные принципы позиционирования.
38. Методы позиционирования.
39. Метод построения карт восприятия.
40. Основные ошибки позиционирования.
41. Понятие, сущность и предназначение торговых марок.
42. Специфика понятий товарный знак, торговая марка, бренд.
43. Марочные стратегии.
44. Выпуск товаров под одной маркой: достоинства и недостатки.
45. Специфика управления торговыми марками в России.

7.1. Основная литература:

1. Маркетинг: учебник для студ. вузов / под ред. Т. Н. Парамоновой.?5-е изд., стер..?М.: КНОРУС, 2008.?360 с..?Библиогр.: с. 356-358. Книгохранение (новое здание, ул. Кремлевская, 35)

2. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг.?2-е европ. изд..?М. и др.: Издат. дом "Вильямс", 2003.?943с.: ил..?Пер. изд.: Principles of Marketing/Ph.Kotler, G.Armstrong, J.Saunders, V.Wong (London etc.: Prentice Hall, 1999).?Предм. указ.: с.936-943.

3.Нуралиев, С. У. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 362 с. - ISBN 978-5-394-02115-2.http://znanium.com/bookread.php?book=415135

4. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.: 84x108 1/32. ISBN 978-5-91768-424-6, 500 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=422662

5. Управление ассортиментом товаров: Учебное пособие / Н.Р. Куликова, Т.А. Трыкова, Н.С. Борзунова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-374-9, 1000 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=434057

6. Товарный менеджмент: Учебное пособие / Под ред. Т.Н. Ивановой. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 234 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006908-1, 200 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=414518

7.2. Дополнительная литература:

1. Траут, Джек. Новое позиционирование / Дж. Траут при участии С.Ривкина; Пер. с англ. С.Жильцов; Под общ. ред. Ю.Н.Каптуревского.?СПб. и др.: Питер, 2001.?190с..?(Теория и практика менеджмента).?ISBN 5-272-00132-X: 66.51.?ISBN 5-0-07-065328-3 (англ.).

2. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 552 с. - ISBN 978-5-394-02104-6.http://znanium.com/bookread.php?book=414952

3.Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 500 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=304497

4. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями: Учебное пособие / В.П. Чеглов. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2012. - 288 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0232-9, 1000 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=256809

5. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. - 184 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-006619-6, 300 экз.http://znanium.com/bookread.php?book=400300

6. Магомедов, Ш. Ш. Управление качеством продукции [Электронный ресурс] : Учебник / Ш. Ш. Магомедов, Г. Е. Беспалова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 336 с. - ISBN 978-5-394-01715-5.http://znanium.com/bookread.php?book=415054

7.3. Интернет-ресурсы:

Гильдия маркетологов - http://www.marketologi.ru/

Маркетинг PRO:Ведущий российский журнал о маркетинге - http://www.marketingpro.ru/

Маркетинг в России и за рубежом - http://www.mavriz.ru/

РБК . Исследования рынков - http://marketing.rbc.ru

Энциклопедия маркетинга - http://www.marketing.spb.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Товарная политика продукции предприятий" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе " БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС " БиблиоРоссика " представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Мультимедийная аудитория, вместимостью 50 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе " БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС " БиблиоРоссика " представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 100700.62 "Торговое дело" и профилю подготовки Коммерция .

Автор(ы):
Белобородова А.Л. _____
"__" _____ 201 __ г.

Рецензент(ы):
Каленская Н.В. _____
"__" _____ 201 __ г.