

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра иностранных языков №2

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.01 Иностранный язык делового и профессионального общения**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения профессиональных задач при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачами дисциплины являются развитие:

1. в говорении – умения вести аргументированную дискуссию с деловым партнером с учетом знания национальной культуры, а также культуры ведения бизнеса в различных странах; презентовать материал в устной форме.

2. в письме – умения вести деловую переписку (e-mail, доклад, отчет о работе компаний с описанием тенденций их развития, представленными графически; официальное письмо, претензия);

3. в чтении и переводе – умения читать тексты с полным пониманием содержания, выстраивать отдельные абзацы текста в логическом порядке, соотносить абзацы связанного текста с данными утверждениями, читать статьи профессионального содержания, перевести их и уловить основную идею;

4. в аудировании – умения понимать аутентичную речь в нормальном темпе (телефонные разговоры, реклама продукта, монологическая речь), сочетать аудирование с чтением (соотносить монологическую речь с информацией в письменной форме), выявлять необходимую информацию и использовать ее в видоизмененном контексте.

5. умения пользоваться словарно-справочной литературой и Интернет-ресурсами на иностранном языке;

6. умения вести самостоятельный творческий поиск.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Обучение и развитие персонала	16
2	Служебные функции и должностные обязанности	16
3	Трудоустройство. Этапы оформления трудовых взаимоотношений.	16
4	Разработка и выпуск новой продукции на рынок	16
5	Организация продвижения товаров и услуг, брэнддинг	16
6	Деловые переговоры	14
7	Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие	16
8	Создание бизнеса на новом месте	14
9	Презентация бизнес-идей	14
10	Деловые встречи, собрания, поездки и конференции.	14
11	Деловая документация: отчеты и предложения	14
12	Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса	16
	<b>Зачет + Экзамен</b>	<b>36</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е / 216 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет + экзамен.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра иностранных языков №2

доцент

Торосян Л.Д.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра истории и философии

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.02.01 Деловые и научные коммуникации**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Деловые и научные коммуникации» является: обеспечение овладения слушателями основами знаний в сфере деловых и научных коммуникаций

Задачами дисциплины являются:

1. усвоение сведений о сущности деловых и научных коммуникаций, их основных понятиях, нормах и принципах;
2. овладение знаниями о практической реализации норм и ценностей делового общения в деловых отношениях;
3. приобретение способности ориентироваться в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения;
4. усвоение норм нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами в процессе делового общения;
5. формирование понятия этичности служебного поведения и поступков;
6. усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;
7. овладение знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Предмет и задачи дисциплины «Деловые и научные коммуникации».	9,5
2	Этика деловых и научных коммуникаций.	10
3	Личность в деловых и научных коммуникациях.	9,5
4	Деловые и научные коммуникации в организациях.	10,5
5	Публичное выступление в деловой и научной коммуникации	10,5
6	Структура деловых коммуникаций.	10,5
7	Виртуальные коммуникации	11,5
	<b>Зачет</b>	
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е / 72 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра истории и философии  
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра истории и философии

доцент  
доцент

Безвесельная З.В.  
Ивлева М.И.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра теории менеджмента и бизнес-технологий

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.02.02 Современные мировые концепции менеджмента**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Современные мировые концепции менеджмента» является:

- обучение достижениям теории и практики менеджмента XXI века;
- познание влияния современных инновационных и национально–культурных тенденций на национальном и глобальном уровне.

Задачами дисциплины являются:

- обучение слушателей с общими вопросами менеджмента иерархических и сетевых организаций, менеджментом проектов и малых целевых групп;
- подготовка слушателей к разработке стратегии развития иерархических и сетевых социально – экономических систем в условиях глобализации и изменений;
- подготовка слушателей к самостоятельному поиску, анализу и оценке концепций менеджмента в условиях индустриализации, постиндустриализации и информатизации общества;
- ознакомление слушателей с национально – культурным влиянием при принятии управленческого решения;
- подготовка слушателей к компетентностному и методическому анализу существующих систем управления и обоснованию предложений по их развитию;
- обеспечение знания действующих концепций менеджмента на глобальном и национальном уровне;
- формирование навыков разработки программы исследований с выявлением методов и методик их реализации;
- формирование навыков поиска, сбора, обработки и систематизации актуальной информации с акцентом на монографии и интернет данные.

### 3. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Глобализация и траектория развития теории и практики современного менеджмента	19
2	Общая характеристика эволюции и скачки в развитии теории и практики менеджмента	19
3	Классификация концепций менеджмента	20
4	Принципы и модели реагирования организаций на принятые концепции (через зеркальное отражение, с учетом стадийности этапов кризисности, национальных особенностей);	16
5	Структуризация личных интересов участников бизнес – процессов. Современные концепции антикоррупционного управления	16
6	Принципиальные концептуальные изменения в результате развития гуманитарно–ноосферной этики и социально культурной ориентации предметных областей менеджмента	16
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

**Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра ТМиБТ	доцент	Холод М.В.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра ТМиБТ	доцент	Исаева К.В.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра ТМиБТ	доцент	Бусалов Д.Ю.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра предпринимательства и логистики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.03 Методология и методы исследований в менеджменте**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.



### 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Методология и методы исследований в менеджменте» является:

1. формирование у студентов комплексного представления о методологии и методах исследований, используемых в практике и в академической среде;
2. получение навыков научных исследований с использованием возможностей современных информационных технологий и систем (ИТ/ИС).

Задачами дисциплины являются:

- изучение методологий и методов исследований в менеджменте;
- изучение возможностей современных информационных технологий и систем для реализации исследований в менеджменте;
- формирование у студентов логического мышления, необходимого для использования методологических основ проведения исследований, а также проведения комплексного исследовательского проекта;
- развитие аналитических способностей, и формирование системного видения процессов, происходящих во внешней бизнес-среде и внутри компании;
- формирование умения компетентно анализировать возможности социально-экономической политики государства в обеспечении макроэкономической стабильности и экономического роста.

### 4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Введение в дисциплину. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в экономике и менеджменте.	12
2	Принципы организации исследовательского проекта и представление результатов научных исследований.	14
3	Инструментальные средства научных исследований в менеджменте	13
4	Эмпирические методы научных исследований.	13
5	Теоретические методы исследований	13
6	Логические методы в научных исследованиях	13
7	Статистические методы в научных исследованиях	14
8	Бизнес-анализ в поддержке принятия управленческих решений	14
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра предпринимательства и  
логистики

доцент

Завьялова Н.Б.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра предпринимательства и логистики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.04 Управленческая экономика**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Управленческая экономика» является:

1. формирование глубоких знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений для реализации финансово-инвестиционной политики и управления производством;

2. освоение методов и специальных приемов, используемых для объективной и всесторонней оценки деятельности экономических субъектов.

Задачами дисциплины являются:

1. освоить теоретический материал, основное содержание которого направлено на изучение концепций и подходов к анализу экономической деятельности организации, а также знакомство с основными западными и отечественными стандартами планирования экономической деятельности с целью формирования у слушателей знаний в соответствии с национальными требованиями к компетенции менеджеров в области экономики;

2. освоить практическую часть курса в форме моделирования экономической деятельности своего экономического агента. Назначением моделирования является получение понимания принципов поведения организаций в рыночной среде, развития компетенций по формированию аналитической базы для принятия решений в управленческой деятельности.

## 5. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Введение в дисциплину «Управленческая экономика». Организационные основы управленческой экономики.	20
2	Знания, как основа управленческой экономики. Управление знаниями и инновациями в управленческой экономике.	20
3	Креативность в системе управленческой экономики.	21
4	Управление инновациями в условиях конкурентного окружения. Инновационное предпринимательство и его финансовая эффективность.	22
5	Государственное регулирование экономики.	25
	<b>Зачет</b>	
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

**Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра предпринимательства и логистики	доцент	Мельников М.С.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра предпринимательства и логистики	профессор	Быкова О.Н.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра предпринимательства и логистики	профессор	Репникова В.М.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра предпринимательства и логистики	доцент	Максимова С.М.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра финансового менеджмента

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.01 Финансовая диагностика и моделирование перспектив развития**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Финансовая диагностика и моделирование перспектив развития» является получение четкого представления о концепции антикризисного менеджмента в рыночной экономике на основе изучения закономерностей развития экономических систем, теоретических основах антикризисного менеджмента, методологии распознавания, диагностики, принятия и реализации управленческих решений по предотвращению или преодолению кризиса организации.

### Учебные задачи дисциплины

Задачами изучения дисциплины «Финансовая диагностика и моделирование перспектив развития» являются:

- ознакомление с понятийным аппаратом в области антикризисного менеджмента;
- освоение магистрантами основных подходов к обоснованию причин возникновения кризисных явлений в экономике и в организации;
- изучение этапов, механизмов, форм и методов реализации инструментов антикризисного менеджмента на различных стадиях жизненного цикла предприятия;
- приобретение студентами практических знаний и навыков по обоснованию и оценке антикризисных мер.

## 6. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Теоретические основы проведения диагностики финансового состояния организации	13
2	Внешние и внутренние источники информации финансовой диагностики организаций	20
3	Анализ и диагностика финансового состояния организации	20
4	Диагностика предприятия с помощью финансовых коэффициентов	24
5	Методы диагностики финансового состояния и прогнозирования банкротства организации	16
6	Принятия управленческих решений на основе результатов диагностики финансового состояния организации	15
	<b>Экзамен</b>	<b>36</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра финансового менеджмента	доцент	Сизова Т.В.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра финансового менеджмента	доцент	Иванова Я.Я.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра финансового менеджмента	доцент	Сизова Д.А.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра организационно-управленческих инноваций

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.02 Корпоративный менеджмент**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Корпоративный менеджмент» является:

1. формирование теоретических и практических базовых знаний в области корпоративного управления (corporate governance) для понимания социально-экономической и правовой сущности деятельности отечественных и зарубежных корпораций;
2. приобретение навыков в области применения методологических и методических подходов к решению актуальных управленческих проблем корпораций, включая интегрированные корпоративные структуры (ИКС).

Задачами дисциплины являются:

1. формирование системы знаний и профессиональных компетенций в области корпоративного менеджмента;
2. овладение теоретическими и методологическими основами корпоративного управления;
3. раскрытие сущности и социально-экономического содержания важнейших тенденций и механизмов корпоративного управления;
4. изучение процесса, механизма и организационно-правовых форм деятельности отечественных и транснациональных корпораций;
5. изучение принципов и методов принятия решений по осуществлению управленческой деятельности в российских и зарубежных корпорациях.

## 7. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Корпоративный менеджмента: предметная область, содержание, инструментарий.	7,5
2	Формирование, функционирование и развитие интегрированных корпоративных структур	8,5
3	Разработка и применение стратегий слияний (поглощений) и корпоративной защиты.	11
4	Стратегические альянсы и партнерства в корпоративном менеджменте.	10,5
5	Роль, функции и особенности организационного построения корпоративного центра.	8
6	Холдинговые компании в корпоративном менеджменте.	10
7	Корпоративный стратегический анализ в условиях глобализации и интернационализации экономики.	7,5
8	Корпоративная реструктуризация: сущность, цели, стратегии.	9,5
9	Имущественная стратегия и управление портфелем активов.	8
10	Внедрение систем корпоративного управления и определение их эффективности.	8,5
11	Оценка результатов деятельности корпоративных структур. Особенности проектирования и внедрения сбалансированной системы показателей.	8,5
12	Государственное регулирование деятельности корпоративных структур. Управление внутри и межкорпоративными конфликтами.	9,5
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		



**Форма контроля – зачет.**

**Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра организационно-управленческий  
инноваций

профессор

Беляев Ю.К.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Базовая кафедра торговой политики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.03 Ресурсное обеспечение торговых организаций**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Ресурсное обеспечение торговых организаций» является формирование у студентов необходимых компетенций по оценке и эффективному управлению ресурсным потенциалом торговой организации.

Задачами дисциплины «Ресурсное обеспечение торговых организаций» являются:

- 1) освоение понятий, характеризующих ресурсное обеспечение торговой организации как совокупность находящихся в ее распоряжении материальных и нематериальных активов; организационного, кадрового и маркетингового потенциалов.
- 2) изучение принципов, методов и способов оценки активов организации;
- 3) изучение состава и системы показателей оценки эффективности использования ресурсного потенциала организации
- 4) овладение методологией анализа финансово-экономической деятельности организации и обоснования решений в сфере управления экономическими ресурсами организации;
- 5) овладение навыками планирования деятельности организации с учетом принятых целей и ресурсного потенциала;
- 6) приобретение умения применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Ресурсное обеспечение торговой организации как совокупность находящихся в ее распоряжении материальных и нематериальных активов; организационного, кадрового и маркетингового потенциалов.	26
2	Производственные ресурсы организации - материальные и нематериальные активы: оценка стоимости, методы управления и оценка эффективности использования	31
3	Показатели оценки производственного, кадрового и маркетингового потенциалов организации и эффективности их использования	23
4	Планирование ресурсного обеспечения торговой организации	26
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часов</b>		

**Форма контроля – зачет.**

#### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра торговой политики

доцент

Красильникова Е.А.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Базовая кафедра торговой политики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.04 Теоретические основы категорийного менеджмента**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Теоретические основы категорийного менеджмента» является формирование у студентов системного представления о методах формирования ассортимента в торговых организациях.

Учебные задачи дисциплины «Теоретические основы категорийного менеджмента»: научить студентов теоретическим и практическим знаниям в области:

- 1) формирования и управления ассортиментом в торговых структурах в процессе продвижения товаров от производителей к потребителям;
- 2) факторов, оказывающих влияние на процессы формирования и управления ассортиментом в организациях сферы товарного обращения в условиях ограниченности ресурсов и роста конкуренции за их использование;
- 3) сущности, закономерностей и принципов формирования торгового ассортимента субъектов товаропроводящей сети, осуществляющих деятельность исходя из потребностей и уровня развития общества.

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Понятие, содержание, цели и задачи категорийного менеджмента	25
2	Управление товаром	31
3	Управление пространством и ассортиментом торгового предприятия	31
	Курсовая работа	21
	Экзамен	36
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

#### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра товароведения и товарной экспертизы	профессор	Рыжакова А.В.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра торговой политики	профессор	Стукалова И.Б.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра маркетинга

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.05 Маркетинг товарной категории**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Маркетинг товарной категории» является:

- 1) овладение принципами и методами маркетингового управления и принятия маркетинговых решений на уровне товарной категории;
- 2) формирование современного

Задачами дисциплины «Маркетинг товарной категории» являются:

- 1) Изучение понятия товара, понятия базовой и добавленной полезности, рациональных и эмоциональных составляющих полезности товара;
- 2) Освоение мультиатрибутивной модели товара;
- 3) Знакомство с основными классификациями товара;
- 4) Знакомство с методами оценки потребительских параметров товар;
- 5) Изучение концепции Жизненного цикла товара,
- 6) Знакомство с особенностями товарной политики на различных этапах жизненного цикла товаров;
- 7) Изучение подходов к обеспечению конкурентоспособности товара и методов оценки конкурентоспособности товаров;
- 8) Изучение основных подходов к управлению товарным ассортиментом;
- 9) Изучение процедуры разработки нового товара;
- 10) Освоение технологий создания и продвижения марочной продукции;
- 11) Понимание роли и значения упаковки в управлении товарной политикой;
- 12) Понимание роли сервисного обслуживания в управлении товарной политикой.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Введение в управление товарной политикой.	13
2	Управление товарной политикой на различных стадиях ЖЦТ.	16
3	Разработка и выведение нового товара на рынок.	13
4	Создание и продвижение марочной продукции.	18
5	Управление товарным ассортиментом.	15
6	Роль и значение упаковки в управление товарной политикой	17
7	Роль сервисного обслуживания в управлении товарной политики	16
	<b>Экзамен</b>	<b>36</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра маркетинга

доцент

Лукина А.В.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра торговой политики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.06 Современные стратегии развития розничной торговли**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>



### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Современные стратегии развития розничной торговли» является овладение студентами теорией и практикой для разработки и реализации современных стратегий развития розничной торговли.

Задачами учебной дисциплины «Современные стратегии развития розничной торговли» является приобретение студентами следующих знаний, умений и навыков:

1. показать современное состояние розничной торговли;
2. раскрыть нормативно-правовую базу, регулирующую развитие розничной торговли;
3. сформировать основные проблемы развития розничной торговли в целом по стране и в регионах;
4. определить цели, задачи и приоритетные направления развития розничной торговли;
5. рассмотреть механизмы, инструментарию и способы достижения стратегических задач по развитию розничной торговли.

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Современное состояние развития торговли в регионах	24
2	Цели, задачи и приоритетные направления стратегического развития торговли в регионах	24
3	Механизмы, инструментарию, способствующие достижению стратегических задач по региональному развитию торговли	24
	<b>Экзамен</b>	<b>36</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

#### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра торговой политики	профессор	Панасенко С.В.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра торговой политики	доцент	Майорова Е.А.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра торговой политики	доцент	Никишин А.Ф.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.07.01 Управление качеством товарной категории**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Управление качеством товарной категории» является:

- 1) получение знаний, умений и навыков для эффективного управления качеством товарной категории;
- 2) развитие у магистров коммерческого мышления, личностных качеств и мировоззрения, предпринимательской интуиции и инициативы.

Задачами дисциплины «Управление качеством товарной категории» являются:

- 1) знакомство с теорией основоположников TQM и усвоение принципов обеспечения качества;
- 2) ознакомление с правовой и организационной структурой систем менеджмента качества и приобретение практических навыков по применению статистических методов контроля качества и управления качеством товарной категорией;
- 3) ознакомление с методическими основами контроля качества товаров и раскрытие сущности подхода к управлению качеством на основе МС ИСО серии 9000;
- 4) освоение методов оценки уровня качества и конкурентоспособности товаров;
- 5) ознакомление с основными нормативными документами в области управления качеством товарных категорий;
- 6) приобретение практических навыков управления процессами закупки, поставки, хранения и реализации товарных категорий;
- 7) приобретение знаний в области управления качеством товаров в розничной сети.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Формирование государственной политики в области качества	23
2	Современные подходы к управлению качеством потребительских товаров в розничной компании	36
3	Управление качеством в процессе закупок потребительских товаров и взаимоотношениями с потребителями	28
	Курсовая работа	21
	Экзамен	36
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», профессор Рыжакова А.В.  
кафедра товароведения и товарной экспертизы

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Базовая кафедра торговой политики

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.07.02 Управление доходностью товарной категории**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Управление доходностью товарной категории» является освоение студентами теоретических базовых методов и методик и приобретения практических навыков для осуществления бизнес-процесса управления товарными категориями, основанного на анализе, отборе аналитической информации и ее оценке для достижения целевых рыночных и финансовых показателей торгового предприятия, подготовки управленческих решений, планирования и контроля.

Задачами учебной дисциплины «Управление доходностью товарной категории» является приобретение студентами теоретических и практических знаний в области:

- 1) информационно-аналитического обеспечения процесса управлениями товарными категориями;
- 2) применения операционных моделей и организации контроллинга бизнес- процесса управления товарной категорией;
- 3) инвестиционных решений в развитие товарных категорий и оценки их эффективности
- 4) концептуальных подходов к разработке бизнес-процесса управления товарными категориями;

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Методологические аспекты управления товарными категориями торгового предприятия	25
2	Информационно-аналитическое обеспечение и методы анализа управления товарной категорией	20
3	Методы анализа эффективности управления товарной категорией	21
4	Модели операционного анализа и контроллинг в управлении товарной категорией	21
5	Анализ инвестиционной привлекательности товарной категорией	21
	<b>Экзамен</b>	<b>36</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – экзамен.**

#### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра торговой политики  
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра торговой политики

профессор

доцент

Панасенко С.В.

Урясьева Т.И.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.07.03 Междисциплинарный проект «Разработка стратегии развития отдельной товарной категории»**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** междисциплинарного проекта «Разработка стратегии развития отдельной товарной категории» является:

- закрепление приобретенных в процессе обучения знаний и навыков научной и практической деятельности при решении задач в области совершенствования и развития основных положений стратегии товарной категории;
- формирование у магистров профессиональных компетенций самостоятельного решения задач в области категорийного менеджмента;
- развитие творческих способностей обучающихся.

Задачами междисциплинарного проекта «Разработка стратегии развития отдельной товарной категории» являются:

- закрепление полученных знаний и умений при решении практических задач стратегического характера по развитию товарной категории;
- формирование умений и навыков принятия и реализации эффективных управленческих решений в области категорийного менеджмента;
- применение на практике методов управления товарной категорией в условиях неопределенности внутренней и внешней среды;
- приобретение опыта оценки взаимосвязи между функциональными стратегиями организации с целью оптимизации управленческих решений;
- мотивированная реализация и анализ функций управления товарной категорией;
- формирование навыков командной работы;
- повышение конкурентоспособности магистров на рынке труда.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Изучение материалов для подготовки проектного предложения. Выбор формы и темы проекта. Определение актуальности и новизны проблемы, а также ее практической или научной значимости	16
2	Анализ литературы по выбранной тематике. Исследование проблем по теме в профессиональной деятельности	23
3	Выполнение проекта	12
4	Обобщение результатов междисциплинарного проекта, формулирование выводов и оформление проекта в соответствии с требованиями ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова	21
	Представление результатов междисциплинарного проекта	
	Учет результатов проекта	
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е / 72 часа.</b>		

**Форма контроля – курсовой проект.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра товароведения и товарной  
экспертизы

доцент

Райкова Е.Ю.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.01.01 Категорийный менеджмент одежных, обувных и детских товаров**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.



## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Категорийный менеджмент одежных, обувных и детских товаров» является:

- 1) получение знаний, умений и навыков в области категорийного менеджмента одежных, обувных и детских товаров;
- 2) приобретение знаний, умений и навыков для управления ассортиментом одежных, обувных и детских товаров;
- 3) создание базы для формирования специалиста широкого профиля, способного работать не только на внутреннем и внешнем рынке, но и в других коммерческих структурах, а также на предприятиях и в организациях государственного сектора, в учебных и научных учреждениях Российской Федерации;
- 4) развитие у магистрантов коммерческого мышления, поискового умонастроения, предпринимательской интуиции и инициативы.

Задачами учебной дисциплины «Категорийный менеджмент одежных, обувных и детских товаров» является:

- 1) изучение современных технологий управления качеством и ассортиментом одежных, обувных и детских товаров;
- 2) овладение современными методами анализа ассортимента одежных, обувных и детских товаров;
- 3) усвоение научных знаний и приобретение практических навыков в области формирования ассортиментной матрицы для одежных, обувных и детских товаров
- 4) приобретение навыков эффективных методов анализа и управления продажами для одежных, обувных и детских товаров;
- 5) анализ факторов, влияющих на формирование ассортимента одежных, обувных и детских товаров.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Категорийный менеджмент одежно-обувных товаров	52
2	Категорийный менеджмент детских товаров	54
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часов.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», профессор Пехташева Е.Л.  
кафедра товароведения и товарной экспертизы

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ДВ.01.02 Категорийный менеджмент парфюмерно- косметических товаров и товаров бытовой химии**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Категорийный менеджмент парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии» является приобретение теоретических знаний в области категорийного менеджмента парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии, приобретение практических умений и навыков в управлении ассортиментом этих товаров, создание базы для формирования специалиста широкого профиля, способного работать на внутреннем и внешнем рынке, в государственных и коммерческих структурах.

Задачами учебной дисциплины «Категорийный менеджмент парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии» являются:

- 1) рассмотрение целей, задач и принципов категорийного менеджмента ПК товаров и товаров бытовой химии;
- 2) овладение современными методами анализа ассортимента парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии;
- 3) анализ факторов, влияющих на формирование ассортиментной матрицы ПК товаров и товаров бытовой химии;
- 4) усвоение научных знаний и приобретение практических навыков в области формирования ассортиментной матрицы и современных товарных категорий для парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии;
- 5) изучение современных технологий управления качеством и ассортиментом ПК товаров и товаров бытовой химии

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Категорийный менеджмент ПК товаров	54
2	Категорийный менеджмент товаров бытовой химии	52
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часов.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра товароведения и товарной  
экспертизы

доцент

Горюнова О.Б.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения  
Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.02.01 Управление категорией «фрукты и овощи»**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Управление категорией «фрукты и овощи» является:

- 1) приобретение теоретических знаний и формирование практических умений и навыков в области категорийного менеджмента в области плодоовощной продукции, необходимых осуществления закупки, организации товародвижения и реализации продукции;
- 2) получение знаний, умений и навыков для эффективного управления ассортиментом и качеством свежей плодоовощной продукции на при осуществлении процессов закупки, поставки, хранения, транспортирования и реализации, обеспечения конкурентных преимуществ с целью получения максимальной прибыли.

Задачами учебной дисциплины «Управление категорией «фрукты и овощи» являются:

- 1) ознакомление с нормативными правовыми документами в области закупки и экспертизы плодоовощных товаров, в т.ч. с.общими условиями ЕЭК/ООН международной купли –продажи свежих фруктов и овощей, включая цитрусовые
- 2) анализ отечественного и международного рынка растениеводческой продукции в т.ч. тропического и субтропического происхождения;
- 3) - изучение основ международной коммерческой классификации ассортимента, основополагающих товароведных характеристик отдельных групп свежих закупаемых плодов овощей в т.ч. тропических и субтропических плодов; классификация в соответствии ТН ВЭД и ОКПД-2
- 4) анализ особенностей требований к таможенному оформлению при международных поставках, требования к карантинным объектам.
- 5) научить студентов теоретическим и практическим знаниям в области организации закупок, реализации и формирования ассортимента:
  - требования к минимальным закупочным характеристикам отдельных видов свежих плодов и овощей наднациональном и международном рынке;
  - индивидуальные требования к условиям и режимам транспортирования, к транспортным средствам, технологиям хранения на этапах товародвижения и реализации отдельных видов продукции;
  - рекомендации в сфере мерчендайзинга свежей плодоовощной продукции;
  - условия сохранения качества на этапе реализации;
  - требования к маркировке, потребительской и транспортной упаковке и транспортным средствам.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Основные нормативные и правовые документы, регламентирующие управление категорией «свежие плоды и овощи»: закупку, транспортирование, хранение и реализацию	44
2	Основные стратегии политики категорийного менеджмента в области организации закупок, обеспечения товародвижения и реализации плодов и овощей	49
3	Управление ассортиментом и качеством категории и индивидуальных ассортиментных позиций свежих плодов и овощей	49
	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет с оценкой.**

**Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра товароведения и товарной  
экспертизы

профессор

Елисеева Л.Г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.02.02 Категорийный менеджмент мясных и молочных товаров**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Категорийный менеджмент мясных и молочных товаров» является:

- 1) усвоение теоретических знаний и формирование практических умений и навыков в необходимых для реагирования на запросы потребителя, как основного принципа категорийного менеджмента;
- 2) получение знаний, умений и навыков для эффективного менеджмента мясными и молочными товарами при осуществлении категорийного менеджмента.

Задачами учебной дисциплины «Категорийный менеджмент мясных и молочных товаров» являются:

- 1) ознакомление с классификациями мясных и молочных товаров, используемыми в Технических регламентах, отраслевых стандартах и технических условиях производителей и другой нормативной документации;
- 2) приобретение знаний в определении состава товарных категорий товарных групп мясных и молочных товаров, в том числе, определение роли и стратегии категории, формирование товарной матрицы в рамках определенных товарных категорий, управление ассортиментом внутри категории;
- 3) приобретение знаний о потребительских свойствах мясных и молочных товаров, умений и навыков определения их качественных характеристик, приобретение знаний по организации хранения мясных и молочных товаров;
- 4) разработка маркетинговых мероприятий для поддержки и стимулирования продаж различных категорий мясных и молочных товаров;
- 5) приобретение навыков ABC, XYZ и совмещенного анализом по категориям для определения прибыльности отдельных товаров, категории в целом и анализа удовлетворенности покупателей.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Категорийный менеджмент мясных товаров	71
2	Категорийный менеджмент молочных товаров	71
	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет с оценкой.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,                      доцент                      Гончаренко О.А.  
кафедра товароведения и товарной  
экспертизы



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ДВ.03.01 Категорийный менеджмент напитков и кондитерских товаров**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Категорийный менеджмент напитков и кондитерских товаров» является обеспечение приобретения теоретических знаний и формирования комплекса практических умений и навыков в области формирования стратегии и тактики управления товарными категориями «напитки» и «кондитерские изделия».

Задачами учебной дисциплины «Категорийный менеджмент напитков и кондитерских товаров» являются:

- 1) детальное изучение ассортимента и различных видов классификации товаров категорий «напитки» и «кондитерские товары»;
- 2) освоение методологических подходов к формированию ассортиментной матрицы с учетом специфики рассматриваемых категорий;
- 3) изучение потребительских свойств товаров категорий «напитки» и «кондитерские товары» с позиции их роли в формировании цены на товар, в организации товародвижения, а также с учетом их воздействия на маркетинг товаров;
- 4) получение базовых знаний в области особенностей производства товаров категорий «напитки» и «кондитерские товары»;
- 5) изучение обязательных и добровольных требований, предъявляемых к товарам категорий «напитки» и «кондитерские товары»;
- 6) освоение особенностей организации закупки товаров категорий «напитки» и «кондитерские товары».

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Управление ассортиментом категории «напитки»	31
2	Особенности производства и организации товародвижения для категории «напитки»	20
3	Научно-методические аспекты формирования стратегии развития товарной категории «напитки».	20
4	Управление ассортиментом категории «кондитерские товары»	31
5	Особенности производства и организации товародвижения для категории «кондитерские товары»	20
6	Научно-методические аспекты формирования стратегии развития товарной категории «кондитерские товары».	20
	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет с оценкой.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра товароведения и товарной  
экспертизы

доцент

Белкин Ю.Д.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра товароведения и товарной экспертизы

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.03.02 Категорийный менеджмент функциональных и специализированных пищевых продуктов**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Категорийный менеджмент функциональных и специализированных пищевых продуктов» являются

1. Формирование системы знаний и информационного обеспечения использования функциональных и специализированных продуктов питания в сфере категорийного менеджмента.
2. Приобретение знаний в области категорийного менеджмента функциональных и специализированных продуктов питания и эффективное продвижение категории в условиях конкурентной среды.

Задачами учебной дисциплины «Категорийный менеджмент функциональных и специализированных пищевых продуктов» являются:

1. Ознакомление с основными принципами и теориями питания. Изучение классификации функциональных компонентов питания, их значение для организма человека.
2. Изучение нормативно-правовых документов в области безопасности, эффективности, маркировки и рекламы функциональных и специализированных продуктов питания;
3. Овладение методами категорийного менеджмента для продвижения продуктов здорового питания на Российском рынке;
4. Понимание формирования товарного предложения и спроса функциональных и специализированных продуктов питания в России

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Современные подходы к созданию функциональных и специализированных продуктов питания	49
2	Анализ и управление ассортиментом функциональных пищевых продуктов	40
3	Тактика управления категорией специализированных пищевых продуктов	53
	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет с оценкой.**

#### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра товароведения и товарной экспертизы	профессор	Карагодин В.П.
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», кафедра товароведения и товарной экспертизы	доцент	Жиркова Е.В.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра маркетинга

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.04.01 Бренд-менеджмент**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### **1. Цель и задачи дисциплины:**

**Целью** изучения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» является овладение принципами и методами маркетингового управления брендами, принятия маркетинговых решений в области бренд-менеджмента на стратегическом и тактическом уровне.

Задачами учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» являются:

- 1) Изучение возможности современного бренд-менеджмента для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности компании;
- 2) Изучение понятия идентичность бренда как основы брендинга;
- 3) Отработка умений и навыков принятия стратегических решений по созданию и продвижению бренда на рынок;
- 4) Отработка знаний, умений и навыков принятия маркетинговых решений по изменению идентичности бренда;
- 5) Отработка знаний, умений и навыков по формированию стратегии бренда;
- 6) Отработка знаний, умений и навыков принятия маркетинговых решений по управлению системой брендов;
- 7) Отработка знаний, умений и навыков принятия управленческих решений по комплексу маркетинга для формирования бренда;
- 8) Изучение подходов и методов аудита бренда.

### **2. Содержание дисциплины:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Кол-во часов</b>
1	Специфика современного бренд-менеджмента.	<b>24</b>
2	Формирование бренда	<b>27</b>
3	Позиционирование и ценности бренда	<b>27</b>
4	Выбор элементов для формирования бренда	<b>28</b>
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

#### **Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра маркетинга

доцент

Лукина А.В.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра маркетинга

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.04.02 Внутримагазинные маркетинговые коммуникации**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Целью** изучения учебной дисциплины «Внутримагазинные маркетинговые коммуникации» является овладение принципами и методами совместного применения инструментов рекламы, связей с общественностью, стимулирования сбыта и личных продаж для более эффективного воздействия на потребителей, приобретение навыков применения различных техник и приемов коммуникативной кампании с учетом необходимости планомерной поддержки бизнес-процессов предприятия в быстроменяющейся среде рынка.

Задачами учебной дисциплины «Внутримагазинные маркетинговые коммуникации» являются:

- 1) отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области разработки и реализации интегрированных коммуникативных кампаний на уровне отдельных стратегических направлений развития бизнеса, целевых покупательских групп, отдельных участников коммуникативного процесса;
- 2) отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области разработки и реализации интегрированных коммуникативных кампаний на уровне отдельных инструментов стратегического бизнес-планирования, специфичного для современной быстроменяющейся среды;
- 3) отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля результатов осуществления коммуникативной кампаний по критерию достижения целей выбранной стратегии развития бизнеса.

### 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Понятие внутри-магазинных коммуникаций и их средства	17
2	Виды стимулирования сбыта	21
3	Стимулирование потребителей и основные средства	23
4	Торговое стимулирование	22
5	Планирование промо-мероприятий	23
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

**Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
кафедра маркетинга

доцент

Цветкова А.Б.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Кафедра иностранных языков №2

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ФТД.В.01 Основы второго иностранного языка**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

### **1. Цель и задачи дисциплины:**

Целью учебной дисциплины «Основы второго иностранного языка» является знакомство студентов с основами иностранного языка, которые в дальнейшем позволят сформировать коммуникативную компетенцию, которая позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразовательных и других целей. Наряду с практической целью, курс иностранного языка реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного общения, воспитанию терпимости и уважения к духовным ценностям других стран и народов.

Задачами учебной дисциплины являются:

1. овладение лексико-грамматическими средствами обеспечения адекватной базовой коммуникации на иностранном языке в базовых элементарных условиях общения и ситуациях в рамках тематики данного курса;
2. формирование умения выражать элементарный реестр коммуникативных намерений, освоение норм речевого этикета в ситуациях повседневной и деловой коммуникации;
3. способность осуществлять элементарное общение в четырех видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении и письме).

### **2. Содержание дисциплины:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование разделов и тем</b>
1	Особенности культуры и традиции в разных странах мира
2	Социально-трудовые отношения и занятость
3	Этика и корпоративная культура
4	Особенности ведения бизнеса в различных культурах
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е / 72 часа.</b>	

**Форма контроля – зачет.**

#### **Разработчики:**

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
Кафедра иностранных языков №2

Зав.кафедрой

Торосян Л.Д.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет экономики торговли и товароведения

Базовая кафедра Торгово-промышленной палаты РФ «Развитие  
человеческого капитала»

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ФТД.В.02 Самоменеджмент**

Направление подготовки	<b>38.04.02 Менеджмент</b>
Направленность программы	<b>Категорийный менеджмент</b>
Уровень высшего образования	<b><u>Магистратура</u></b>
Программа подготовки	<b><u>академическая магистратура</u></b>

Москва – 2019 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Самоменеджмент» является формирование у будущих менеджеров по персоналу понимания теоретических аспектов управления собственной карьерой и личной эффективностью и практических навыков самоменеджмента.

Задачами учебной дисциплины являются:

- развить у студентов способности к самоанализу, помочь осознать миссию, цели и ключевые стороны своей жизни как будущего специалиста по персоналу;
- сформировать комплексное понимание собственных индивидуально-личностных особенностей, а также профессионально значимых свойств и качеств, необходимых будущему успешному руководителю и специалисту, их взаимосвязи с профессиональной деятельностью на основе овладения комплексом диагностических методик и конструирования профиля индивидуально-психологических особенностей;
- дать практические навыки в области оптимизации карьерного пути в соответствии с жизненными целями и индивидуальными психологическими характеристиками как своими, так и другого человека;
- изучить теоретические основы управления карьерой и личной эффективностью;
- развить навыки эффективного поиска работы, в том числе написание резюме, прохождения собеседования, оценка и выбор компании-работодателя;
- обучить конкретным методикам эффективного управления временем и оптимизации рабочего места;
- развить у студентов навыков преодоления и управления стрессовыми ситуациями;
- способствовать выработке понимания своего жизненного и профессионального пути как процесса непрерывного саморазвития внутреннего потенциала своей личности.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов
1	Сущность, содержание и история развития самоменеджмента	7
2	Целеполагание	7
3	Планирование и управление карьерой	7
4	Технологии поиска и получения работы	8
5	Адаптация молодого специалиста при трудоустройстве	6
6	Тайм-менеджмент	7
7	Планирование работы	7
8	Выбор приоритетов деятельности. Делегирование полномочий	7
9	Распределение нагрузки и эффективная самомотивация	7
10	Подготовка и проведение деловых совещаний, переговоров и публичных выступлений	7
	<b>Зачет</b>	<b>2</b>
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е / 72 часа.</b>		

**Форма контроля – зачет.**

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
Базовая кафедра Торгово-  
промышленной палаты РФ «Развитие  
человеческого капитала»

доцент

Леднева С.А.

ст.преподаватель

Кузуб Е.В.

