


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВСЕРОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ
МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Факультет международного бизнеса

«Утверждаю»
Проректор по учебной работе

В.В. Идрисова
« 15 » 11 2018 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

«КОММЕРЦИЯ И МАРКЕТИНГ»

Москва 2018

Программа разработана на факультете международного бизнеса
ВАВТ Минэкономразвития России
коллективом разработчиков под руководством декана факультета к.э.н. Андреевой О.Д.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр
1. Общая характеристика программы повышения квалификации	4
1.1. Цель реализации	4
1.2. Нормативная правовая база	4
1.3. Планируемые результаты обучения	5
1.4. Категория слушателей	5
1.5. Форма обучения и срок освоения	6
1.6. Период обучения и режим занятий	6
1.7. Документ о квалификации	6
2. Содержание программы	6
2.1. Календарный учебный график	6
2.2. Учебный план	6
2.3. Рабочие программы дисциплин (модулей).....	8
3. Организационно-педагогическое обеспечение	10
3.1. Кадровое обеспечение	10
3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы	11

Приложение 1. Рабочие программы дисциплин

Приложение 2. Программа итоговой аттестации

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации

Формирование компетенций и навыков профессиональной деятельности в области управления коммерческими операциями, маркетинга и рекламы.

1.2. Нормативная правовая база

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
3. Приказ Министерства образования науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226). «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
4. Приказ Минэкономразвития России от 20.05.2011 N 227 "Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2011 году предоставляются Субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации".
5. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн).
6. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 г. № 06-381.
7. Приказ Минтруда России от 04.06.2018 г. №366н "Об утверждении профессионального стандарта "Маркетолог".
8. Проект Минтруда России "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по внешнеэкономической деятельности" (подготовлен Минтрудом России 22.08.2018 г.).

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1

Планируемые результаты освоения программы повышения квалификации

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПК и ПСК
ВД-1. Организационно-управленческая	ПСК-1 – способность осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации ПСК-2 – Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

	ПСК-3 – Разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга
	ПСК-4 – Управлять маркетинговой деятельностью организации

1.4. Категория слушателей

Руководители и специалисты предприятий, организаций и фирм всех форм собственности.

Требования к уровню образования: оконченное высшее или среднее профессиональное образование.

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Форма обучения: заочная, с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Общая трудоемкость программы: 216 академических часов, 72 часа с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий. На итоговую аттестацию выделено 72 часа. Самостоятельная работа составляет 144 часа.

1.6. Период обучения и режим занятий

Срок обучения составляет 4 месяца.

1.7. Документ о квалификации

При успешном освоении программы выдается Удостоверение о повышении квалификации установленного образца Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации» (ВАВТ Минэкономразвития России).

2. Содержание программы

2.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график заполняется с помощью условных обозначений:

УЗ – учебные занятия;

СР – самостоятельная работа;

ПА – промежуточная аттестация;

ИА – итоговая аттестация.

Таблица 2

Календарный учебный график

Период обучения			
1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц
УЗ, ПА, СР	УЗ, ПА, СР	УЗ, ПА, СР	УЗ, ПА, СР, ИА

2.2. Учебный план

Учебный план

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего зачетных единиц	Всего часов общей трудоемкости	В том числе			Форма контроля	Компетенции
				лекции	практич. занятия	самост. работа		
1.	Управление коммерческими операциями	2	72	20	16	36	экзамен	ПСК-1
2.	Маркетинг и реклама	2	72	16	16	40	зачет	ПСК-2, ПСК-3, ПСК-4
3.	Итоговая аттестация	2	72		4	68	Итоговый реферат	
	ВСЕГО:	7	216	44	28	144		

2.3. Рабочие программы дисциплин

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПК и ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
ВД-1. Организационно-управленческая	ПСК-1 – способность осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации	<p>нормативно-правовые основы валютного регулирования ВЭД;</p> <p>законодательство РФ в области внешнеторговой деятельности, таможенное законодательство; правовой статус контрагентов как субъектов международных коммерческих операций;</p> <p>порядок заключения внешнеторговых сделок и принципы международных коммерческих договоров (УНИДРУА);</p> <p>международные правила толкования торговых терминов (ИНКОТЕРМС-2010);</p>	<p>контролировать соблюдение валютного законодательства РФ в рамках ВЭД;</p> <p>обеспечить защиту гражданских прав участников ВЭД в процессе исполнения внешнеторговой сделки;</p>	<p>применения профессиональной терминологией в сфере ВЭД;</p> <p>проведения аудита внешнеторгового контракта;</p>
	ПСК-2 – Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;</p> <p>Рыночные методы</p>	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;	<p>Обработки полученных данных с помощью методов математической статистики;</p> <p>Подготовки отчетов и рекомендаций по</p>

		<p>хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики;</p> <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;</p> <p>Методы проведения маркетингового исследования;</p>	<p>Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</p> <p>Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;</p> <p>Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования;</p> <p>Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга;</p>	<p>результатам маркетинговых исследований;</p> <p>Формирования предложений по совершенствованию товарной политики;</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики;</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж;</p> <p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</p>
	<p>ПСК-3 – Разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий;</p> <p>Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения</p>	<p>Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги);</p> <p>Рассчитывать цены на товары (услуги) организации;</p> <p>Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования;</p> <p>Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);</p>	<p>Создания и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации;</p> <p>Внедрения методов формирования цен на товары (услуги) организации;</p> <p>Разработки конкурентных ценовых стратегий;</p> <p>Проведения последовательных действий по</p>

		<p>(дистрибуции) и продаж;</p> <p>Подходы к формированию сбытовой политики организации;</p>	<p>Проводить маркетинговые исследования по ценам;</p> <p>Проводить аудит ценовой политики организации;</p> <p>Инструменты маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Инструменты маркетингового ценообразования;</p> <p>Работать с информацией и базами данных по системе распределения;</p> <p>Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции);</p> <p>Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации;</p> <p>Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции);</p> <p>Проводить оценку сбытовой политики организации</p> <p>Управлять продажами товаров и услуг;</p>	<p>разработке политики ценообразования в организации;</p> <p>Внедрения системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации;</p> <p>Совершенствования политики ценообразования в организации;</p> <p>Разработки комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации;</p> <p>Разработки сбытовой политики организации;</p> <p>Совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации;</p> <p>Разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации;</p> <p>Формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</p>
	<p>ПСК-4 – Управлять маркетинговой деятельностью организации</p>	<p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и</p>	<p>Разрабатывать маркетинговую стратегию организации;</p> <p>Прогнозировать результаты, планировать и</p>	<p>Создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых</p>

		<p>этические принципы, регулирующие маркетинговую деятельность организации;</p> <p>Инструменты бренд-менеджмента;</p> <p>Принципы стратегического и оперативного планирования;</p>	<p>создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации;</p> <p>Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации;</p> <p>Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации;</p> <p>Планировать деятельность маркетинговой службы организации;</p> <p>Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов;</p> <p>Проводить оценку результативности маркетинговых программ;</p> <p>Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации;</p>	<p>функций в организации;</p> <p>Создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации;</p> <p>Руководства работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации;</p> <p>Согласования и реализации планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации;</p> <p>Согласования и реализации плана маркетинга организации;</p> <p>Обеспечения развития маркетинговой службы организации;</p> <p>Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации;</p>
--	--	--	--	--

3. Организационно-педагогическое обеспечение

3.1. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается профессорско-преподавательским составом ВАВТ Минэкономразвития России.

Таблица 4

Сведения о профессорско-преподавательском составе и ведущих специалистах

Ф.И.О. преподавателя/ведущего специалиста	Наименование образовательной организации, которую окончил, направление подготовки (специальность), присвоенная квалификация	Основное/дополнительное ¹ место работы, должность, ученая степень, ученое (почетное) звание, дополнительные квалификации	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины (модуля), практики/стажировки (при наличии) по данной программе
				Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Кривокоченко Лариса Викторовна	Московский государственный институт международных отношений МИД СССР, Международные экономические отношения, Экономист	Основное место работы, Профессор, к.н., кандидат экономических наук, доцент	39	18	10	1. Управление коммерческим и операциями
Савинов Юрий Анатольевич	Московский государственный институт международных отношений МИД СССР, Международные экономические отношения, Экономист	Основное место работы, Профессор, д.н., доктор экономических наук, профессор	57	19	8	1. Управление коммерческим и операциями
Зинцова Марина Владимировна	Московский ордена Дружбы народов кооперативный институт, Товароведение и организация торговли продовольственными товарами, товаровед высшей квалификации	Основное место работы, Доцент, к.н., кандидат экономических наук, доцент,	31	14	5	2. Маркетинг и реклама

¹ Основное место работы - штатный, внутренний совместитель;
Дополнительное место работы - внешний совместитель, почасовая оплата труда.

Ф.И.О. преподавателя/ведущего специалиста	Наименование образовательной организации, которую окончил, направление подготовки (специальность), присвоенная квалификация	Основное/дополнительное ¹ место работы, должность, ученая степень, ученое (почетное) звание, дополнительные квалификации	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины (модуля), практики/стажировки (при наличии) по данной программе
				Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Крупенкова Юлия Алексеевна	Всероссийская академия внешней торговли Министерства торговли РФ, Мировая экономика, Экономист со знанием иностранного языка	Основное место работы, Старший преподаватель	24	14	5	2. Маркетинг и реклама

3.2. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Академия располагает материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивающей проведение всех видов теоретической и практической подготовки, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Дисциплина обеспечена электронным курсом лекций (электронное учебное пособие, видеолекции, система взаимодействия с преподавателем, система контроля знаний).

Слушатели Академии обеспечиваются доступом к следующим ресурсам:

<p>Электронная библиотека ZNANIUM.COM</p> <p>Содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки формируется 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</p>	<p>Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.znanium.com, воспользовавшись компьютером на территории Академии или своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.</p>
---	--

<p>ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения. ЭБС ZNANIUM.COM является самостоятельной разработкой Научно-издательского центра ИНФРА-М.</p>	
<p>Электронная библиотечная система издательства «Юрайт».</p> <p>Делает доступными лучшие учебники ведущих научных школ страны в удобном формате. В будущем такие учебники будут дополнены методическими и дополнительными материалами от авторов, другой информацией в помощь преподавателям и учащимся. Новинки в электронную библиотеку попадают быстрее, чем появляются в печати. Некоторые учебные пособия будут представлены только в электронном виде, особенно по редким дисциплинам.</p>	<p>Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.biblio-online.ru, воспользовавшись компьютером на территории Академии или своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.</p>
<p>Scopus – библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Индексирует 18 000 названий научных изданий по техническим, медицинским и гуманитарным наукам 5000 издателей. База данных индексирует научные журналы, материалы конференций и сериальные книжные издания. Разработчиком и владельцем Scopus является издательская корпорация Elsevier.</p>	<p>Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется без авторизации (логин и пароль не нужны).</p>
<p>Web of Science</p> <p>Поисковая платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций.</p>	<p>Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны).</p>
<p>Polpred.com Обзор СМИ.</p> <p>Полнотекстовые деловые публикации информагентств и прессы по отраслям. Архив важных публикаций собирается вручную. База данных с рубрикаторм: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 8000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой</p>	<p>Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.polpred.com, воспользовавшись компьютером на территории Академии или</p>

<p>прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки и внутренней сети. Ссылка "Доступ из дома" в "шапке" polpred.com видна с ip-адресов библиотеки.</p>	<p>своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.</p>
--	--