Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

Факультет экономики и управления торговлей

Кафедра экономики торговли

 СОГЛАСОВАНО

 Председатель методической

комиссии по специальности

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_Климченя Л.С. «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ»

 для специальности 1-25 81 09 «Коммерческая деятельность»

(пр

актико-ориентированная магистратура)

Составители:

Шелег Н.С., доктор экономических наук, профессор

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «22» июня 2016 г., протокол N 5

**СОДЕРЖАНИЕ**

***ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………... 3***

***УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ………. 5***

***1.Типовая (базовая учебная) программа………………… 5***

***УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ…….. 13***

***2. Краткий конспект лекций ………………………………….13***

***3. Тематика и планы семинарских (практических) занятий (методические указания по выполнению семинарских и практических занятий, деловые игры)………………………..59***

***4. Тематика рефератов………………………………………. 61***

***МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ……………………………………………………..62***

***5. Вопросы к зачету по дисциплине…………………….. 62***

***6. Вопросы для самостоятельного рассмотрения в рамках семинарских (практических занятий)………………………. 63***

***7. Вопросы к контрольным мероприятиям, проводимым в рамках рейтинговой системы знаний и управляемой самостоятельной работы студентов………………………. 64***

***ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ…………………………….. 65***

***8. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов (УСРС)…………………………………………… 65***

***9. Перечень учебных изданий, рекомендованных для изучения учебной дисциплины ……………………………………………69***

***10. Другие справочные и информационные материалы….. 70***

***10.1 Критерии оценки результатов учебной деятельности 70***

***10.2 Критерии оценки УСРС………………………………… 75***

ВВЕДЕНИЕ

В УМК (ЭУМК) «Введение в специальность» представлены структурные элементы научно-методического обеспечения соответствующей учебной дисциплины, которое призвано обеспечить знакомство студентов со своей специальностью, возможным карьерным ростом после окончания университета, компетенциями специалиста.

Автор УМК (ЭУМК): профессор кафедры экономики торговли, д.э.н., профессор Шелег Н.С.

Учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Введение в специальность» обеспечивает изучение учебной одноименной дисциплины, которая относится к числу дисциплин, которые позволяют получить представление о правах и обязанностях студента, его возможностях продолжить учебу в магистратуре и аспирантуре, о сферах его деятельности после успешного окончания ВУЗа.

Цель разработки УМК (ЭУМК) данной дисциплины – сориентировать студента на необходимость получения знаний для работы в различных отраслях экономики и на различных уровнях управления ею.

Задачи изучения дисциплины:

* подготовить студентов к учебе в университете;
* ознакомить с требованиями высшей школы;
* традициями и историей БГЭУ, факультета экономики и управления торговлей, выпускающей кафедры, спецификой будущей специальности стандартом высшего образования, учебным планом развитие навыков работы с научной, учебной и учебно - методической литературой, правильного оформления научных работ;
* дать характеристику торговой деятельности отрасли «Торговля», показать место торговли в системе общественного хозяйства;
* ознакомить с основными понятиями, категориями, характеризующими торговую деятельность, состоянием проблемами и перспективами развития торговли в Республике Беларусь;
* организовать выездные занятия на лучшие торговые предприятия;
* организовать встречи с руководителями отдельных предприятий - выпускниками данных специальностей.

Специалист по окончанию ВУЗа должен быть способен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

ПК- 2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК- 3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-8. Анализировать внутренний рынок и закономерности его развития. Исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.

ПК-9. Исследовать и оценивать потребительские предпочтения, уметь их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций.

ПК-11. Устанавливать деловые связи с поставщиками, разрабатывать и заключать контракты на поставку товара.

ПК-12. Управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения.

ПК-25. Изучать и анализировать тенденции развития потребительского рынка.

ПК-27. Проводить исследования в области совершенствования методологии продвижения и реализации продукции и товаров.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать:*

* требования, предъявляемые к студентам в ходе обучения, их права и обязанности.
* Основы торговой деятельности, функции и задачи торговых предприятий; историю развития торговли, состояние, проблемы и перспективы отрасли.
* Место и роль экономиста в решении задач торговли.

*Уметь* обосновать выбор специальности, показать ее преимущества по сравнению с другими, продемонстрировать свои способности в освещении заданных тем, определяющих специфику и содержание торговой, коммерческой, менеджерской и экономической деятельности.

*Иметь навыки* написания рефератов на заданную тему.

Материал, излагаемый в УМК (ЭУМК) «Введение в специальность», базируется на нормативно-правовых документах, связанных с теоретическими и методологическими разработками отечественных и зарубежных ученых по проблемам высшего образования, торговли, а также на основе изучения и анализа передового мирового и отечественного опыта высшего образования и развития торговли. УМК (ЭУМК) «Введение в специальность» тесно связана с другими УМК (ЭУМК) специальности, и, в первую очередь, с такими как «Организация и технология отрасли», «Коммерческая деятельность», «Экономика отрасли».