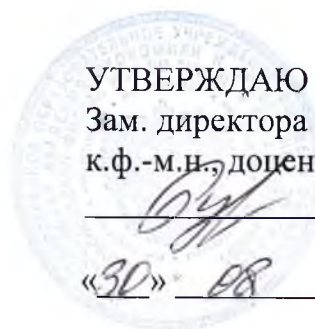


ТИРАСПОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ
НОУ ВО «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Кафедра Экономики, финансов и бухгалтерского учета



УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УВР
к.ф.-м.н., доцент
_____ Суринов В.Г.
«30» _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Направление подготовки
38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки
«Финансы и кредит»

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Форма обучения
Очная, заочная

Тирасполь
2016

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы экономической теории» являются формирование у студентов основы экономического мышления путем изучения главных разделов экономической науки.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части программы бакалавриата Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), направление «Экономика», профиль подготовки «Финансы и кредит».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины:

ОК-3

ПК-8

ДПКа-11.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные экономические процессы и явления, характеризующие функционирование общества и его институтов (ОК-3);
- принципы поведения экономических субъектов и закономерности функционирования рынков товаров и услуг, рынков факторов производства (ОК-3);
- основные направления государственного регулирования экономики (ОК-3);
- роль современных технических средств и информационных технологий в решении аналитических и исследовательских задач (ПК-8);
- возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки информации (ПК-8);
- методы оптимизации решения экономических задач (ПК-8);
- основные понятия, категории (в том числе их английские эквиваленты) экономической науки: «рынок», «товар», «деньги» (ДПКа-11);
- основы теории спроса и предложения (ДПКа-11);
- основные методы исследования рынка, товара и денег (ДПКа-11);

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности (ОК-3);
- проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели (ОК-3);
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации) (ОК-3);
- осуществлять поиск информации, сбор, анализ данных, необходимых для решения аналитических и исследовательских задач (ПК-8);
- правильно пользоваться профессиональной техникой (ПК-8);
- профессионально использовать для решения аналитических и исследовательских

задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-8);

- применять понятийно-категориальный аппарат, касаемый анализа рынка, товара и денег, в профессиональной деятельности (ДПКа-11);
- осуществлять выбор методов исследования рынка, товара и денег (ДПКа-11);
- использовать принципы, законы и модели макроэкономики для анализа отрасли (рынка), товара и денег (ДПКа-11);

Владеть:

- культурой экономического мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию экономической информации (ОК-3);
- навыками анализа общественных, коллективных и личных потребностей населения, целей, и приоритетов социально-экономического развития государства (ОК-3);
- навыками выявления проблем социально-экономического и организационного характера и разработки и обоснованию рекомендаций по их решению (ОК-3).
- навыками подбора технических средств и информационных технологий для решения профессиональных задач (ПК-8);
- современными методами обработки данных в аналитической и исследовательской работе (ПК-8);
- навыками использования для решения аналитических и исследовательских задач современных технических средств и информационных технологий (ПК-8).
- навыками системного подхода к исследованию экономических проблем развития рынка, товара и денег (ДПКа-11);
- навыками организации и проведения социологических опросов для оценки рыночных возможностей компании (ДПКа-11);
- базовыми технологиями анализа рыночной ситуации, сегментирования рынка и выбора целевого сегмента (рынка) (ДПКа-11).