

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «История»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение закономерностей развития общества как единого противоречивого процесса, причин и направленности социальных изменений, факторов самобытности и этапов развития Российской цивилизации.

Объектами изучения являются общество в целом, человек и его практическая деятельность, вся совокупность фактов, характеризующих жизнь российского общества в прошлом и настоящем.

Основной целью изучения дисциплины «История» является теоретическое обоснование и упорядочение исторических знаний студентов, формирование на этой основе навыков интерпретации и оценки актуальной социально-политической проблематики в ее историческом контексте, а также освоение исторической эмпирической информации как необходимой предпосылки изучения всего комплекса гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

Содержание дисциплины

Тема 1 «История и историческая наука»

Тема 2 «Особенности генезиса цивилизации в русских землях»

Тема 3 «Феодальная раздробленность на Руси. Русь и Орда: проблемы взаимоотношений»

Тема 4 «Специфика формирования и устройство централизованного Российского государства»

Тема 5 «Особенности российского абсолютизма»

Тема 6 «Становление индустриального общества в России»

Тема 7 «Мир и Россия в начале XX века»

Тема 8 «Российское общество в советский период»

Тема 9 «Перестройка в СССР и либерально-демократическая модернизация российского общества»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-2:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

Знать:

31.1. Место истории в системе гуманитарного знания.

31.2. Основные методы исторической науки.

31.3. Движущие силы и закономерности исторического процесса.

31.4. Основные этапы и ключевые события истории России и мира, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории

31.5. Особенности исторического развития российского общества.

Уметь:

У1.1. Осуществлять эффективный поиск и обработку информации.

У1.2. Осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.

У1.3. Соотносить общие исторические процессы и отдельные факты и явления.

У1.4. Выявлять существенные черты исторических процессов и событий.

У1.5. Извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения.

Владеть:

В1.1. Способностью к восприятию, анализу, обобщению и систематизации информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В1.2. Умением логически верно и ясно строить устную и письменную речь.

В1.3. Приемами ведения аргументированной дискуссии, умением отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.

В1.4. Навыками самостоятельного анализа исторических источников и критического восприятия исторической информации.

В1.5. Специальной исторической терминологией.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, практикумов, деловых игр, подготовка рефератов, докладов.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль)– Маркетинг

Дисциплина «Иностранный язык»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 9 з. е., 324 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает формирование иноязычных коммуникативных компетенций бакалавра для решения учебно-образовательных и коммуникативных задач в повседневной и профессиональной сферах деятельности, в т. ч. в различных областях бытовой и культурной жизни, а также для дальнейшего самообразования.

Объектами изучения дисциплины являются современный английский, немецкий и французский язык в его общеупотребительной нормативной форме, характерной для образованных носителей языка в различных ситуациях общения.

Основной целью изучения дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Содержание дисциплины

Модуль 1. Вводно-адаптивный курс (коммуникативные умения в сфере учебного и повседневного общения). Темы: Я и моя семья. Я и мое образование.

Модуль 2. Базовый курс (коммуникативные умения в сфере повседневного и официально-делового общения). Тема: Лингвострановедение. Реалии современного иноязычного социума.

Модуль 3. Базовый курс (коммуникативные умения в сфере повседневного и официально-делового общения). Темы: Современный город. Научно-технический прогресс и его достижения. Выдающиеся деятели разных эпох, стран и культур.

Модуль 4. Основной курс (коммуникативные умения в сфере официально-делового и общепрофессионального общения). Тема: Я и моя будущая профессия. Иностранный язык как средство профессиональной коммуникации.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-4:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать:

31.1. Основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка.

31.2. Важнейшие параметры языка конкретной специальности.

31.3. Основные факты, реалии, имена, достопримечательности, традиции страны изучаемого языка.

31.4. Поведенческие модели и сложившуюся картину мира носителей языка.

Уметь:

У1.1. Адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов.

У1.2. Порождать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты.

У1.3. Реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по общению.

У1.4. Выступать в роли медиатора культур.

Владеть:

В1.1. иностранным языком на уровне, обеспечивающем успешное устное и письменное межличностное и межкультурное взаимодействие.

В1.2. иностранным языком для общения (устного и письменного) с целью получения профессиональной информации из зарубежных источников

В1.3. Учебными и когнитивными стратегиями для организации своей учебной деятельности и автономного изучения иностранного языка.

В1.4. Социокультурной компетенцией для успешного взаимопонимания в условиях общения с представителями другой культуры.

Технологии формирования: групповая и индивидуальная контактная работа (в том числе с использованием новейших средств получения информации), проверка понимания прочитанных и прослушанных текстов с помощью различных тестовых заданий и точного перевода; презентация; проектная работа; внеаудиторная самостоятельная работа с Интернет-ресурсами.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Институциональная экономика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение институтов, трактуемых в широком смысле как правил, влияющих на экономическое поведение агентов и организационные формы хозяйственных взаимодействий.

Объектами изучения дисциплины являются институциональные основы экономической деятельности.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов навыков институционального анализа ситуаций хозяйственной жизни, а также практических умений моделирования и прогнозирования поведения экономических субъектов в определенных институциональных рамках для принятия эффективных управленческих решений.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Возникновение институционализма. Институциональная экономика: предмет, метод, основные понятия»

Модуль 2 «Игровой подход к исследованию институтов»

Модуль 3 «Институт отношений собственности»

Модуль 4 «Трансакции и трансакционные издержки. Теорема Коуза»

Модуль 5 «Экономический анализ контрактов»

Модуль 6 «Институциональные теории фирмы»

Модуль 7 «Экономический анализ политических институтов. Теория институциональных изменений»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

- З1.1. Ключевые понятия институциональной экономики.
- З1.2. Методологические принципы институционального анализа.
- З1.3. Классификацию издержек, трансакционную функцию.
- З1.4. Типы контрактов и критерии их эффективности.
- З1.5. Виды собственности и спецификацию права собственности.
- З1.6. Институциональные теории фирмы и государства.

Уметь:

У1.1. Применять понятийно-категориальный аппарат и методы экономической науки для характеристики и оценки статичности и динамики институциональной среды.

У1.2. Использовать аналитический аппарат институционального направления для объяснения экономических явлений и процессов в современной российской экономике.

Владеть:

В1.1. Понятийным аппаратом современной институциональной теории и важнейшими категориями современного институционализма.

В1.2. Культурой экономического мышления, способностью к обобщению и анализу, навыками системного подхода к исследованию экономических проблем.

В1.3. Основами методологии неинституционального анализа трансакционных издержек, прав собственности, контрактации.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Правоведение»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает знания о государстве и праве как взаимосвязанных явлениях, основных понятиях юриспруденции, системе права РФ.

Объектами изучения дисциплины являются право как социально-политическое явление и система общеобязательных правил поведения, установленных государством; государство как организация политической власти, обеспечивающая с помощью права и специально созданного государственного аппарата управление делами всего общества; соотношение и взаимосвязь между государством и правом; система правовых терминов; система права РФ.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов способности использовать базовые знания из предметной области правоведения при решении социальных и профессиональных задач

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Общая часть правоведения»

Модуль 2 «Особенная часть правоведения»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

Знать:

- 31.1. Основной правовой понятийный аппарат.
- 31.2. Основы теории государства и права и важнейших отраслей права РФ.
- 31.3. Основы правового статуса личности в РФ.
- 31.4. Основные направления антикоррупционной деятельности в РФ.
- 31.5. Основы российского законодательства.

Уметь:

- У1.1. Разбираться в особенностях различных отраслей российского права.
- У1.2. Правильно ориентироваться в системе законодательства.
- У1.3. Использовать действующее законодательство РФ в своей деятельности в различных сферах общественной жизни.
- У1.4. Пользоваться правовыми справочно-информационными базами данных.
- У1.5. Самостоятельно совершенствовать систему своих правовых знаний.

Владеть:

- В1.1. Навыками применения законодательства при решении практических задач.

Технологии формирования компетенции: лекции, практические занятия, самостоятельная работа в справочно-правовых системах «Гарант», «КонсультантПлюс», разбор конкретных ситуаций (решение учебных дел), написание реферата, подготовка компьютерных презентаций рефератов, тестирование, заполнение образцов документов в соответствии с нормативными актами.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение создания, передачи и анализа различных видов сообщений, а также их информационного воздействия; межличностную коммуникацию с помощью вербальных и невербальных средств, риторiku как средство управления в профессиональной деятельности, виды речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование), исследование коммуникативных процессов, элементы конфликтологии и обучение стратегиям поведения в конфликтных ситуациях.

Объектами изучения в дисциплине являются основные функции, единицы и параметры речевой коммуникации, основные виды речевого общения; нормативный, коммуникативный и этический аспекты устной и письменной речи; основные функциональные разновидности речи, факторы, нормы и принципы речевого общения в профессиональной и научной сфере, приемы риторики.

Основной целью изучения дисциплины «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности» является формирование умений и навыков, необходимых для эффективной речевой коммуникации в профессиональной деятельности, создание возможности для развития языковой личности в процессе профессиональной подготовки, а также формирование этических и психологических аспектов общения в рамках российской языковой культуры.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «Введение в учебную дисциплину. Основные понятия и определения»
- Модуль 2 «Функции языка и их реализация в речи»
- Модуль 3 «Языковые и речевые нормы в профессиональном и научном общении»
- Модуль 4 «Речевая коммуникация как процесс»
- Модуль 5 «Вербальное и невербальное, слуховое и визуальное восприятие речи»
- Модуль 6 «Коммуникация как дискурс»
- Модуль 7 «Публичные коммуникации»
- Модуль 8 «Речевой этикет в профессиональной сфере»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-4:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

3.1.1. Сущность речевой коммуникации, ее цель и задачи.

3.1.2. Нормы, виды (функциональные стили, жанры) и средства литературной устной и письменной речи, теорию и практику подготовки текстов различных жанров и стилей, основные средства сбора и передачи информации.

3.1.3. Техники совершенствования 4-х видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма.

3.1.4. Основные речевые и этические нормы; правила использования языковых средств в зависимости от речевой ситуации и стиля речи.

Уметь:

У.1.1. Осуществлять коммуникативную деятельность в различных профессиональных ситуациях; совершенствовать речевые умения и навыки в различных формах делового общения (беседах, переговорах, совещаниях и т.д.).

У.1.2. Совершенствовать умения и навыки, связанные с научным стилем речи, с подготовкой научных отчетов, курсовых работ, дипломных проектов и т. д.

У.1.3. Совершенствовать умения и навыки, необходимые для публичных выступлений; придерживаться этических и этикетных норм речевой коммуникации; использовать психологические приемы воздействия на собеседника.

Владеть:

В.1.1. Коммуникативными умениями и навыками в различных ситуациях общения.

В.1.2. Умениями и навыками продуктивного чтения; умениями и навыками эффективного аудирования; умениями и навыками устной и письменной деловой речи.

В.1.3. Умениями и навыками учета психологических особенностей партнера по общению; этическими нормами и нормами речевого этикета; речевыми стратегиями и тактиками общения.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, участие в ролевых играх, написание реферата, выполнение самостоятельных тренировочных упражнений и проверочных работ.

Компетенция ОПК – 4:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Знать:

3.2.1. Сущность речевой коммуникации, ее цель и задачи.

3.2.2. Нормы, виды (функциональные стили, жанры) и средства литературной устной и письменной речи, теорию и практику подготовки текстов различных жанров и стилей, основные средства сбора и передачи информации.

3.2.3. Техники совершенствования 4-х видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма.

3.2.4. Основные речевые и этические нормы; правила использования языковых средств в зависимости от речевой ситуации и стиля речи.

Уметь:

У.2.1. Осуществлять коммуникативную деятельность в различных профессиональных ситуациях; совершенствовать речевые умения и навыки в различных формах делового общения (беседах, переговорах, совещаниях и т.д.).

У.2.2. Совершенствовать умения и навыки, связанные с научным стилем речи, с подготовкой научных отчетов, курсовых работ, дипломных проектов и т. д.

У. 2.3. Совершенствовать умения и навыки, необходимые для публичных выступлений; придерживаться этических и этикетных норм речевой коммуникации; использовать психологические приемы воздействия на собеседника.

Владеть:

В.2.1. Коммуникативными умениями и навыками в различных ситуациях общения.

В.2.2. Умениями и навыками продуктивного чтения; умениями и навыками эффективного аудирования; умениями и навыками устной и письменной деловой речи.

В.2.3. Умениями и навыками учета психологических особенностей партнера по общению; этическими нормами и нормами речевого этикета; речевыми стратегиями и тактиками общения.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, участие в ролевых играх, написание реферата, выполнение самостоятельных тренировочных упражнений и проверочных работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Политология»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение закономерностей формирования и развития политической власти, форм и методов её функционирования и использования в государственно-организованном обществе.

Объектом изучения дисциплины является политическая сфера жизнедеятельности людей, включающая политическую структуру, политические институты и отношения, политические качества личности, политическое поведение, политическую культуру.

Основной целью изучения дисциплины «Политология» является получение фундаментального образования, способствующего развитию личности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Введение. Объект, предмет и метод политической науки»

Модуль 2 «Становление и основные этапы развития политической науки»

Модуль 3 «Власть и властеотношения: философский, теоретический и функциональный аспекты»

Модуль 4 «Мир политического как сфера производства и функционирования политической власти. Политическая жизнь общества»

Модуль 5 «Гражданское общество и политическая система»

Модуль 6 «Государство и политические партии как основные элементы политической системы общества»

Модуль 7 «Политический процесс и политические технологии»

Модуль 8 «Социокультурные и психологические аспекты политики»

Модуль 9 «Мировая политика и международные отношения»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-2:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Знать:

31.1. Основные законы функционирования политики; ее институциональные основы.

31.2 Цивилизованные правовые формы индивидуального и группового политического участия: референдум, выборы, демонстрация; основные права и обязанности граждан Р.Ф.; основы избирательного права.

31.3. Особенности политической власти: государство, политические партии, общественно-политические движения; социокультурные и психологические аспекты политики.

Уметь:

У1.1. Применять полученные знания и осуществлять рациональный выбор в рамках различных форм, средств и методов политической деятельности.

У1.2. Анализировать социально-значимые проблемы и процессы.

У1.3. Отстаивать свою гражданскую позицию.

Владеть:

В1.1. Навыками получения и анализа актуальной политической информации, ее сопряжения с решением профессиональных и общесоциальных проблем.

В1.2. Технологиями политического участия.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и семинарских занятий, самостоятельная работа, подготовка реферата.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Математика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 7 з.е., 252 часа
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение основных понятий и методов линейной и векторной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа, теории дифференциальных уравнений, теории рядов, математических моделей простейших систем и процессов в естествознании, экономике и технике, математических методов решения профессиональных задач.

Объектами изучения являются математически формализованные задачи, основные математические методы решения задач, необходимые для анализа и моделирования процессов, явлений и устройств, методы обработки и анализа численных и натуральных экспериментов.

Основной целью образования по дисциплине являются развитие способностей к логическому мышлению, исследованию и решению различных технических задач, выработка умения анализировать полученные результаты, навыков самостоятельного изучения литературы по математике и ее приложениям.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Элементы линейной алгебры. Элементы векторной алгебры. Элементы аналитической геометрии и комплексные числа»

Модуль 2 «Предел и непрерывность функций одной и нескольких переменных. Дифференциальное исчисление функций одной и нескольких переменных»

Модуль 3 «Интегральное исчисление функций одной переменной. Кратные, криволинейные и поверхностные интегралы»

Модуль 4 «Обыкновенные дифференциальные уравнения. Числовые и функциональные ряды»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1 методы, процедуры, основные термины, правила, принципы, факты, параметры и критерии предметной области дисциплины; основные теоремы, формулы и математические отношения; способы формулирования и определения связей абстрактных объектов; способы создания суждений, основанных на внутренних свойствах или внешних критериях; методы критического анализа; возможности их применения в профессиональной деятельности; математические модели простейших систем и процессов в естествознании, технике и экономике; основные методы теоретического и экспериментального исследования; математические методы решения профессиональных задач.

Уметь:

У1.1. использовать эмпирические знания в предметной области; использовать изученный материал в различных ситуациях; применять полученные знания по математике при изучении других дисциплин, использовать математические методы в прикладных задачах профессиональной деятельности; разделять материал на части для выявления структуры и взаимосвязи между частями; комбинировать части в структуру с новыми свойствами;

конструировать качественные и количественные суждения, основанные на стандартах, точных критериях, теоретических предпосылках, обобщениях; выявлять ошибки в суждениях.

Владеть:

V1.1. осмысленным пониманием изученного; интеграцией и экстраполяцией материала;

V1.2. навыками использования основных приемов обработки экспериментальных данных; навыками работы с компьютером как средством математического моделирования и управления информацией; методами построения математических моделей профессиональных задач и содержательной интерпретации полученных результатов.

Технологии формирования компетенции: Проведение лекционных занятий, выполнение практических работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриат)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Статистика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е, 216 часа
Форма промежуточной аттестации – курсовой проект, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов и проблем, связанных с разработкой, классификацией, видов и типов показателей, используемых при статистических измерениях.

Объектом изучения является статистический анализ функционирования хозяйственных субъектов разных форм собственности на микро- и макроуровне.

Основная цель изучения дисциплины — освоение основ управления инновационной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Общая теория статистики»

Модуль 2 «Микроэкономическая статистика»

Модуль 3 «Макроэкономическая статистика»

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Компетенция ПК-4:

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

Знать:

З1.1. Общую теорию статистики, статические методы оценки и прогнозирования деятельности предприятия.

Уметь:

У1.1. Применять статистические методы оценки и прогнозирования деятельности предприятия при принятии решений, в том числе связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

Владеть:

В1.1. Спецификой технологии статистики, навыками использования арсенала статистической науки в анализе деятельности предприятия.

Технологии формирования компетенции: выполнение лабораторных и практических работ, курсового проекта.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Экономическая теория»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е., 216 часов
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, зачет

Предметная область дисциплины включает изучение поведения, деятельности человека, предприятия, группы людей и общества в целом в условиях определенной рыночной системы.

Объектом изучения дисциплины является экономическая сфера жизнедеятельности общества на микро- и макроуровне.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов экономического мышления на основе изучения ими общих экономических закономерностей развития общества, типов экономических систем, особенностей поведения потребителей и производителей, основных макроэкономических явлений и процессов, а также законов макроэкономической статики и динамики.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «Введение в экономическую теорию»
- Модуль 2 «Экономические системы и роль государства»
- Модуль 3 «Рынок как система хозяйствования»
- Модуль 4 «Спрос и предложение»
- Модуль 5 «Теория потребительского поведения»
- Модуль 6 «Теория производства»
- Модуль 7 «Типы рыночных структур»
- Модуль 8 «Рынки факторов производства»
- Модуль 9 «Макроэкономика: предмет и особенности. Основные макроэкономические показатели»
- Модуль 10 «Экономические циклы, безработица и инфляция»
- Модуль 11 «Макроэкономическое равновесие и его структурные элементы»
- Модуль 12 «Финансовая система и финансовая политика государства»
- Модуль 13 «Денежно-кредитная система и денежная политика государства»
- Модуль 14 «Роль государства в рыночной экономике»
- Модуль 15 «Мировой рынок и международная торговля»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. Теоретические положения, ключевые концепции и направления развития экономической науки.

31.2. Закономерности и принципы развития экономических процессов.

31.3. Основные понятия, категории и инструменты и показатели микро- и макроэкономики.

Уметь:

У1.1. Анализировать и оценивать социальную и экономическую информацию.

У1.2. Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций на микро- и макроуровне.

У1.3. Использовать экономические знания в профессиональной практике.

Владеть:

В1.1. Понятийным аппаратом современной экономической теории.

В1.2. Культурой экономического мышления, способностью к обобщению и анализу, навыками системного подхода к исследованию экономических проблем.

В1.3. Методиками анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Теория менеджмента»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 7 з.е., 252 часа
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, зачет, экзамен.

Предметная область дисциплины включает изучение теоретических основ менеджмента как системы принципов, методов и форм управления организациями. Содержательной частью предметной области является изучение вопросов выработки целей и стратегии в управлении, принятия и реализации управленческих решений, функций менеджмента, мотивации, руководства и лидерства.

Объектом изучения дисциплины выступает менеджмент как отрасль науки и сфера профессиональной деятельности по управлению хозяйственными организациями, формирующая общую систему исторических, теоретических и концептуальных представлений о механизмах управления.

Основной целью изучения дисциплины «Теория менеджмента» является овладение основами знания теорий, концепций, принципов, функций и методов современного менеджмента, выработка профессиональных компетенций в осуществлении управления экономической деятельностью предприятия.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «История управленческой и организационной мысли»
- Модуль 2 «Основные понятия менеджмента»
- Модуль 3 «Содержание и специфика деятельности менеджера»
- Модуль 4 «Планирование деятельности организации»
- Модуль 5 «Организационная деятельность менеджера»
- Модуль 6 «Мотивация персонала»
- Модуль 7 «Управленческий контроль»
- Модуль 8 «Принципы разработки управленческих решений»
- Модуль 9 «Коммуникации в менеджменте»
- Модуль 10 «Власть и лидерство в менеджменте»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. Основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами для эффективного решения задач управления;

31.2. Основные бизнес-процессы в организации;

31.3. Организационные, экономические и социально-психологические методы управления в организации.

Уметь:

У1.1. Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

У1.2. Определять основные направления совершенствования менеджмента организации на основе анализа экономических показателей ее деятельности;

У1.3. Оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций.

Владеть:

В1.1.Современными методами управления и реализации основных управленческих функций.

В.1.2.Навыками анализа различных экономических показателей для решения управленческих задач.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача курсовой работы, зачета, экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Программные средства офисного назначения»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает основные принципы автоматизации офисной работы, а также обработки текстовой, числовой и графической информации для решения задач в профессиональной области.

Объектами изучения в дисциплине являются технологиями обработки текстовой, числовой и графической информации и автоматизации офисной работы.

Основной целью изучения дисциплины «Программные средства офисного назначения» является формирование системного представления о принципах и методах автоматизации офисных задач, обработке всех видов офисной информации и способности анализировать и выбирать для этого подходящие программные системы офисной автоматизации.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Прикладное программное обеспечение. Введение в офисные технологии»
Модуль 2 «Офисные программные средства общего назначения»
Модуль 3 «Программы обработки текстов»
Модуль 4 «Табличные процессоры»
Модуль 5 «Системы управления базами данных»
Модуль 6 «Программы сопровождения публичных выступлений»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1. особенности, структуру и принципы построения современных программных средств офисного назначения;

31.2. основные классы программных средств офисного назначения, которые можно использовать для решения стандартных задач профессиональной деятельности.

Уметь:

У1.1. Уметь проводить анализ существующих программных средств офисного назначения, на предмет эффективности использования их для решения задач в профессиональной деятельности;

У1.2. Уметь формализовывать задачи прикладной области для повышения эффективности их решения с помощью программных средств офисного назначения.

Владеть:

В1.1. Владеть навыками эксплуатации программных средств офисного назначения в профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных, практических и лабораторных занятий.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Логистика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – курсовой проект, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов, касающихся формирования логистических концепций и принципов, формулирования задач логистики, разработку методов управления потоковыми процессами и способов применения их в хозяйственной практике.

Объектом изучения дисциплины является логистическая система, включающая в себя процессы планирования и координации движения материальных потоков от источника их возникновения к пользователю в виде интегрированной системы мер для того, чтобы обеспечить обслуживание клиентов на более высоком уровне и с меньшими издержками.

Основной целью изучения дисциплины «Логистика» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по планированию и координации движения материальных потоков от источника к потребителю в виде интегрированной системы мер, знания различных видов логистических систем и принципов логистического управления для их использования в практике хозяйственной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Понятийный аппарат и концепция логистики»

Модуль 2 «Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм. Логистическая концепция управления цепью поставок»

Модуль 3 «Закупочная логистика»

Модуль 4 «Логистика производственных процессов»

Модуль 5 «Сбытовая логистика»

Модуль 6 «Логистика запасов»

Модуль 7 «Транспортная логистика»

Модуль 8 «Логистика складирования»

Модуль 9 «Информационная логистика»

Модуль 10 «Логистика сервисного обслуживания»

Модуль 11 «Организация логистического управления»

Модуль 12 «Тенденции и перспективы развития логистики»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

31.1 Цели, задачи и принципы логистики, их взаимосвязь;

31.2.Механизм влияния логистики на повышение конкурентоспособности;

31.3.Особенности и методы управления цепями поставок на всем протяжении логистической цепи.

Уметь:

У1.1 Формулировать и решать задачи по функциональным областям логистики;

У1.2 Осуществлять выбор логистических схем доставки, видов транспорта, поставщика товара при решении практических логистических задач;

Владеть:

В1.1. Методами оценки организационных и экономических последствий управленческих решений в логистической цепи поставок;

В1.2. Навыками работы в рамках отдельных сегментов логистической цепи поставок.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение курсового проекта, сдача экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е., 216 часов

Форма промежуточной аттестации – зачеты

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов, касающихся отношений между организацией и людьми в процессе управления их деятельностью для создания обстановки, способствующей реализации трудового потенциала сотрудников с целью осуществления их личных и организационных целей. В рамках дисциплины рассмотрены процессы формирования, поддержки, сохранения и развития человеческих ресурсов в организации, практика управления человеческими ресурсами персоналом в крупнейших компаниях мира.

Объектами изучения дисциплины является система управления человеческими ресурсами в организации с учетом воздействия на нее внутреннего и внешнего окружения.

Основной целью изучения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» является формирование у студента целостной системы знаний о закономерностях становления и развития подсистемы управления человеческими ресурсами организации как важнейшего элемента системы управления организацией в целом, а также освоение студентом навыков и умений управления персоналом организации.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Теоретические основы управления человеческими ресурсами»

Модуль 2 «Сущность управления человеческими ресурсами организации»

Модуль 3 «Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом в организации»

Модуль 4 «Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом»

Модуль 5 «Кадровая политика и стратегии управления человеческими ресурсами»

Модуль 6 «Кадровое планирование в организации»

Модуль 7 «Найм, отбор и прием персонала»

Модуль 8 «Профориентация и трудовая адаптация персонала»

Модуль 9. «Управление профессионально-должностным продвижением персонала»

Модуль 10 «Обучение, переподготовка и повышение квалификации персонала»

Модуль 11 «Аттестация сотрудников в организации и деловая оценка»

Модуль 12 «Мотивация и стимулирование поведения персонала»

Модуль 13 «Управление поведением персонала»

Модуль 14 «Социальная и экономическая эффективность управления персоналом»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-3:

- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществление.

Знать:

31.1 Сущность и задачи, закономерности, принципы и методы управления человеческими ресурсами;

31.2. Требования к профессиональному подбору работников, формы и методы обучения персонала;

31.3. Сущность и общие понятия по адаптации и перемещениям работников организации, предприятия.

Уметь:

У1.1 Применять на практике знание теоретических основ управления персоналом;

У1.2 Правильно принимать решения по управлению персоналом в соответствии с действующим законодательством и коллективными договорами.

Владеть:

В1.1. Методами и технологиями планирования и реализации кадровой стратегии, мотивации трудовой деятельности, обучения и развития персонала;

В1.2. Методами расчета основных показателей состояния и динамики персонала организации.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольных работ.

Компетенция ПК-1:

- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования групп.

Знать:

32.1 Общие понятия о мотивации, лидерстве и власти в процессе управления персоналом;

32.2 Методики оценки кадров.

Уметь:

У2.1. Применять теоретические положения в управленческой деятельности по отношению к персоналу;

У2.2. Проводить аналитическую работу с кадрами в целях формирования стабильных коллективов в организации;

Владеть:

В2.1. Навыками к кооперации с коллегами, к работе на общий результат.

В2.2. Навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности их деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольных работ.

Компетенция ПК-2:

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

Знать:

33.1 Основные формы работы с персоналом, принципы и способы управления конфликтами в коллективе.

Уметь:

У3.1. Диагностировать и анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации.

У3.2. Отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения в коллективе.

У3.3. Критически оценивать личные достоинства и недостатки, конструктивно реагировать на критику в свой адрес.

Владеть:

В3.1. Методами формирования и поддержания этического климата в организации, создания социально-ответственного имиджа организации.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольных работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Стратегический менеджмент»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение современных подходов к организации стратегического управления предприятиями и организациями; методов анализа и оценки внутренней среды, микро- и макросреды внешнего окружения; принципов осуществления выбора и реализации стратегии предприятий и организаций.

Объектами изучения дисциплины являются функциональные стратегии деятельности бизнес-единицы и ее развития в конкурентной среде.

Основной целью изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков в области стратегического управления современными организациями и предприятиями.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Стратегический менеджмент: базовые понятия, модели и методология»

Модуль 2 «Корпоративные и конкурентные стратегии»

Модуль 3 «Стратегический анализ внутренней среды фирмы»

Модуль 4 «Стратегический анализ внешней среды фирмы»

Модуль 5 «Формирование структур предприятия»

Модуль 6 «Методы стратегического выбора и реализация стратегии»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-2:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Знать:

31.1. Цели, задачи, принципы, особенности стратегического менеджмента, структуру стратегических целей организации.

31.2. Виды эталонных бизнес-стратегий.

31.3. Методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации.

31.4. Методы выбора организационной стратегии.

31.5. Модели и этапы проведения организационных изменений.

Уметь:

У1.1. Выявлять ключевые элементы внешней и внутренней среды и оценивать их влияние на деятельность организации.

У1.2. Использовать теоретические знания в процессе разработки организационно-управленческих решений стратегического характера.

Владеть:

В1.1. Классическими методами стратегического анализа внутренней среды и внешнего окружения организации.

В1.2. Технологиями разработки стратегических планов развития организации.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе курсовой, работы, подготовка к экзамену.

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

З2.1. Основные этапы управленческого цикла и их взаимосвязь с процессом стратегического управления.

З2.2. Особенности разработки стратегии предприятия с учетом отрасли его деятельности.

Уметь:

У2.1. Применять современные методы анализа, моделирования, прогнозирования развития управленческой ситуации.

У2.2. Оценивать эффективность структуры продуктового портфеля предприятия.

Владеть:

В2.1. Методами выработки, принятия и реализации решений стратегического характера по управлению операционной деятельностью организации в сложной, изменяющейся внешней среде.

В2.2. Навыками подготовки, анализа и обоснования управленческих решений при проектировании организационных структур.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе курсовой, работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов, касающихся сущности и основных составляющих корпоративной социальной ответственности, формирования системы партнерских отношений частного предпринимательства, власти и гражданского общества в социальной сфере. В рамках дисциплины также рассмотрен обзор представлений, связанных с социальной ответственностью бизнеса – от традиционной благотворительности до социального инвестирования и венчурной филантропии, практика развития КСО в крупнейших компаниях мира, особенности формирования КСО в деятельности российского бизнес-сообщества.

Объектами изучения дисциплины являются концепции КСО, направления внутренней и внешней социальной ответственности бизнеса, этика индивидуальных управленческих решений.

Основной целью изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является усвоение студентом принципов социальной ответственности бизнеса, значения деловой этики в управленческой деятельности, овладение современными концепциями управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Корпоративная социальная ответственность: теоретические аспекты. Зарубежный концептуальный опыт корпоративной социальной ответственности»

Модуль 2 «Отечественная практика и развитие современных принципов корпоративной социальной ответственности в России»

Модуль 3 «Социально-ответственное поведение как инструмент формирования деловой репутации компании»

Модуль 4 «Инструменты и направления корпоративной социальной политики. Оценка эффективности социальной ответственности корпорации»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-5:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия.

Знать:

31.1. Основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО.

31.2. Основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления.

31.3. Механизмы формирования социально-ответственного поведения бизнеса.

Уметь:

У1.1. Идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО.

У1.2. Диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений.

У1.3. Осуществлять качественную оценку уровня КСО организации.

Владеть:

В1.1. Методами формирования и поддержания этичного климата в организации, создания социального имиджа организации.

В1.2. Методами определения и реализации стратегии бизнес-единицы с позиций концепции КСО.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Экономика отрасли»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение специфики воздействия основных экономических законов на отраслевые социально-экономические системы с целью выработки оптимальной системы управляющих воздействий при решении вопросов о размещении отраслевых предприятий, определении масштабов производства, объема и ассортимента выпускаемой продукции, разработки ценовой и маркетинговой политики, налаживании каналов сбыта.

Объектами изучения дисциплины являются условия функционирования отраслей народного хозяйства в различных рыночных структурах, факторы развития отраслевых рынков, методологические основы эффективного управления отраслью и фирмой, а так же механизмы государственного регулирования отраслевого развития.

Основной целью изучения дисциплины является освоение студентами закономерностей формирования и функционирования отраслей, рынков и предприятий, принципов поведения предприятий на разных рынках, возможности и необходимости государственного регулирования отраслевой структуры, а также формирование практических навыков планирования отраслевого развития, применения основных законов рынка в конкретных экономических условиях, оценки эффективности функционирования предприятия.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Общеэкономическая и отраслевая структура»

Модуль 2 «Отрасль и рынок»

Модуль 3 «Экономические границы отрасли и факторы, их определяющие»

Модуль 4 «Источники и измерение рыночной власти отрасли»

Модуль 5 «Организационные формы рыночной власти отрасли»

Модуль 6 «Ценовые и неценовые формы рыночной власти отрасли»

Модуль 7 «Отрасль и эффективность функционирования экономики»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. Вопросы организации и функционирования отраслевых рынков;

31.2. Закономерности и формы организации и развития производства;

31.3. Специфику отраслевой структуры, сформировавшейся в Российской Федерации на современном этапе.

Уметь:

У1.1. Оценивать влияние характеристик отрасли на поведение субъектов рынка и результаты функционирования отрасли и предприятий;

У1.2. Оценивать эффективность концентрации, интеграции, диверсификации производства.

Владеть:

В1.1. Практическими навыками по применению основных законов рынка в конкретных экономических условиях, по оценке эффективности функционирования предприятия.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, сдача зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Корпоративные финансы»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение экономических, организационных, правовых, методических основ управления финансами компаний акционерного типа (корпораций).

Объектом изучения дисциплины является система образования и использования финансовых ресурсов корпораций.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний основополагающих теорий, моделей и методов управления финансами на примере компаний акционерного типа (корпораций), а также умений и навыков применения инструментов, необходимых для анализа, планирования и управления финансовыми ресурсами.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Корпоративные финансы и финансовая система РФ»

Модуль 2 «Фундаментальные концепции корпоративных финансов»

Модуль 3 «Управление активами»

Модуль 4 «Управление источниками финансирования активов»

Модуль 5 «Основы финансового анализа и планирования»

Модуль 6 «Современные проблемы корпоративного финансового управления»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Знать:

31.1. Экономическую сущность корпоративных финансов, их место в финансовой системе государства.

31.2. Источники формирования и направления использования корпоративных финансовых ресурсов.

31.3. Специфику формирования расходов, доходов и прибыли корпораций.

31.4. Методы управления собственным и заемным капиталом корпораций.

31.5. Основные формы финансовой отчетности корпораций.

31.6. Принципы и методы корпоративного финансового анализа и планирования.

Уметь:

У1.1. Проводить анализ и интерпретацию показателей финансовой отчетности корпораций.

У1.2. Выявлять основные тенденции развития корпорации на основе изучения финансовой отчетности.

Владеть:

В1.1. Понятийно-категориальным аппаратом в области финансов корпораций.

В1.2. Навыками обработки информации, содержащейся в финансовой отчетности корпорации.

В1.3. Методологическими основами расчета основных показателей финансовой деятельности и представления их результатов в форме отчета.

В1.4. Навыками обоснования и принятия управленческих решений на основе анализа финансовой отчетности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение контрольной работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает знания о регулировании профессиональной деятельности нормами публичного и частного права.

Объектами изучения дисциплины являются гражданско-правовые нормы и отношения, основные положения административного права, основы предпринимательского права.

Основной целью изучения дисциплины является усвоение студентами теоретических знаний и практических навыков по применению правовых норм в сфере будущей профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 Гражданско-правовые нормы и отношения

Модуль 2 Основные положения административного права

Модуль 3 Основы предпринимательского права

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1. Важнейшие источники права в сфере будущей профессиональной деятельности.

З1.2. Гражданско-правовые нормы и отношения в сфере будущей профессиональной деятельности.

З1.3. Положения административного права, касающиеся сферы будущей профессиональной деятельности.

З1.4. Основы предпринимательской деятельности, затрагивающие сферу будущей профессиональной деятельности.

Уметь:

У1.1. Разбираться в особенностях различных отраслей российского права.

У1.2. Правильно ориентироваться в системе законодательства.

У1.3. Использовать действующее законодательство РФ в своей профессиональной деятельности и в различных сферах общественной жизни.

У1.4. Пользоваться правовыми справочно-информационными базами данных.

У1.5. Самостоятельно совершенствовать систему своих правовых знаний.

Владеть:

В1.1. Навыком применения на практике знаний в сфере правового обеспечения профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: лекции, практические занятия, самостоятельная работа в справочно-правовых системах «Гарант», «КонсультантПлюс», разбор конкретных ситуаций (решение учебных дел), написание реферата, подготовка компьютерных презентаций рефератов, тестирование, заполнение образцов документов в соответствии с нормативными актами.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Бизнес-планирование»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов, касающихся сущности и роли бизнес-планирования в деятельности предпринимательских структур и формирования системы методических знаний по разработке бизнес-плана.

Объектами изучения дисциплины являются методические и методологические подходы к бизнес-планированию как основа разработки бизнес-планов.

Основной целью изучения дисциплины «Бизнес планирование» является изучение методологических и методических вопросов бизнес планирования в компании, а также приобретение практических навыков анализа текущего состояния компании и разработки Бизнес плана.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Бизнес-планирование: цели, задачи, принципы и виды»

Модуль 2 «Методологические основы бизнес –планирования»

Модуль 3 «Бизнес-план и его структура»

Модуль 4 «Оценка предпринимательских рисков в бизнес – планировании»

Модуль 5 «Оценка бизнес – плана»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-7:

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

31.1. Законодательные и нормативные акты, положения, типовые методики разработки бизнес-планов;

31.2. Методы и технические приемы бизнес-планирования;

31.3. Теоретические основы современного бизнес-планирования;

31.4.Компьютерные программы по бизнес-планированию.

Уметь:

У1.1. Собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

У1.2. Выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;

У1.3.Осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.

Владеть:

В1.1.Современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

В1.2. Методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей;

В1.3. Специальной терминологией по бизнес-планированию.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Экономика предприятия»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 5 з.е., 180 часов
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение хозяйственной деятельности предприятий, механизмов формирования и использования основных факторов производства с целью выработки обоснованных управленческих решений.

Объектом изучения дисциплины является предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплексных знаний о принципах и закономерностях функционирования предприятия как хозяйственной системы, а также основ практических умений и навыков планирования и управления деятельностью предприятия в целях повышения его эффективности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Предприятие как хозяйствующий субъект»

Модуль 2 «Основные фонды предприятия»

Модуль 3 «Оборотные средства»

Модуль 4 «Трудовые ресурсы предприятия»

Модуль 5 «Текущие затраты и результаты деятельности предприятия»

Модуль 6 «Ценообразование на продукцию предприятия»

Модуль 7 «Эффективность хозяйственной деятельности предприятия»

Модуль 8 «Планирование деятельности предприятия как основа эффективного использования ресурсов»

Модуль 9 «Управление качеством на предприятии»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

З1.1. Основные условия деятельности предприятий в рыночной экономике и их организационно-правовые формы.

З1.2. Виды экономических показателей функционирования предприятий и методики их расчета.

З1.3. Состав и структуру основных средств предприятия, а также состав, структуру и источники формирования и пополнения оборотных средств.

Уметь:

У1.1. Оценивать влияние социально-экономических процессов на условия работы предприятий.

У1.2. Определять базовые экономические показатели эффективности организации, в том числе, производительность труда, эффективность использования трудовых ресурсов, основных и оборотных средств.

Владеть:

В1.1. Методами расчета экономических показателей, характеризующих объем продукции, основные фонды и оборотные средства, затраты на производство, персонал и оплату труда, производство и финансовые результаты деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Управление качеством»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет.

Предметная область дисциплины включает изучение основ современной теории, практики и инструментария обеспечения качества и управления качеством, сущности процессного подхода к управлению качеством, организации работ по разработке и внедрению систем качества.

Объектами изучения дисциплины выступают теоретические основы и современная практика в области управления и обеспечения качества различных объектов управления для обеспечения их конкурентоспособности в условиях рынка.

Основной целью изучения дисциплины «Управление качеством» является формирование у студентов понимания роли качества как фактора успеха в рыночной экономике, приобретение студентами теоретических знаний, а также практических умений и навыков в области управления качеством различных объектов управления: продукции, процессов, персонала, организации в целом.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Роль качества в современной экономике»

Модуль 2 «Эволюция управления качеством»

Модуль 3 «Основные понятия и функции менеджмента качества»

Модуль 4 «Стандартизация требований к качеству. Уровни стандартизации и виды стандартов»

Модуль 5 «Общие сведения о стандартах ИСО серии 9000»

Модуль 6 «Три модели систем качества»

Модуль 7 «Сертификация системы качества»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

31.1. Теоретические основы и современную практику в области управления и обеспечения качества;

31.2. Структуру и основные требования стандартов серии ИСО 9000;

31.3. Современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности;

31.4. Экономические основы управления качеством.

Уметь:

У1.1. Участвовать в разработке стратегии и политики в области качества и обеспечении их реализации;

У1.2. Внедрять систему менеджмента качества и разрабатывать меры по ее постоянному улучшению.

Владеть:

В1.1. Современными методами и конкретными инструментами управления качеством.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Концепции современного естествознания»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение современных концепций естественно-научной картины мира как глобальной модели природы.

Объектами изучения дисциплины являются весь окружающий мир с точки зрения современного естественнонаучного мировоззрения человечества.

Основной целью изучения дисциплины «Концепции современного естествознания» является получение фундаментального образования, способствующего развитию личности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Цели и задачи современных концепций естествознания»

Модуль 2 «Материя и движение. Пространство и время»

Модуль 3 «Атомный и нуклонный уровни строения материи»

Модуль 4 «Концепция развития и эволюция Вселенной»

Модуль 5 «Земля – планета Солнечной системы»

Модуль 6 «Биосферный уровень организации материи»

Модуль 7 «Эволюция жизни»

Модуль 8 «Организмы и окружающая среда»

Модуль 9 «Человек в современной картине мира»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПКД-1:

- способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1 Основные этапы развития естествознания и концепции современной естественнонаучной картины мира как глобальной модели природы, отражающей целостность и многообразие естественного мира.

Уметь:

У1.1 Использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в прикладных задачах профессиональной деятельности.

Владеть:

В1.1 Навыками использования в профессиональной деятельности базовых знаний в области естествознания.

В1.2 Пониманием специфики гуманитарного и естественнонаучного компонентов культуры, ее связей с особенностями мышления.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Правовое обеспечение информационных технологий управления»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает знания об основных аспектах интеграции права и информационных технологий, общих вопросах правового регулирования информационных технологий в целом, особенностях правового регулирования отдельных технологических направлений.

Объектами изучения дисциплины являются правовые нормы и отношения в сфере регулирования информационных процессов.

Основной целью изучения дисциплины является усвоение студентами теоретических знаний и практических навыков в сфере правового регулирования информационных процессов.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Общая часть правового обеспечения информационных технологий управления»

Модуль 2 «Особенная часть правового обеспечения информационных технологий управления»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1. Основные аспекты интеграции права и информационных технологий.

З1.2. Основы правового регулирования информационных технологий в целом.

З1.3. Основы правового регулирования важнейших хозяйственных и управленческих направлений.

Уметь:

У1.1. Правильно ориентироваться в системе законодательства об информационных технологиях.

У1.2. Использовать действующее законодательство РФ в своей профессиональной деятельности и в различных сферах общественной жизни.

У1.3. Пользоваться правовыми справочно-информационными базами данных.

Владеть:

В1.1. Навыком применения на практике знаний в сфере правового обеспечения информационных технологий управления.

Технологии формирования компетенции: лекции, практические занятия, самостоятельная работа в справочно-правовых системах «Гарант», «КонсультантПлюс», разбор конкретных ситуаций (решение учебных дел), написание реферата, подготовка компьютерных презентаций рефератов, тестирование.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Комплекс маркетинговых коммуникаций»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 7 з.е., 252 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет, курсовая работа, курсовой проект, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение особенностей маркетинговых коммуникаций, их значения и функций в рыночном управлении компанией; правовых и этических основ регулирования коммуникационной деятельности; классических и современных видов и инструментов маркетинговых коммуникаций.

Объектами изучения дисциплины являются современные средства, приемы и технологии, особенности воздействия на целевые аудитории маркетинговых коммуникаций.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплекса теоретических знаний, а также практических умений и навыков в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса»

Модуль 2 «Реклама как маркетинговая коммуникация»

Модуль 3 «Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций»

Модуль 4 «Стимулирование сбыта и личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций»

Модуль 5 «Внутрикорпоративные коммуникации»

Модуль 6 «Коммуникации в сети Интернет»

Модуль 7 «Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности»

Модуль 8 «Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-2:

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

Знать:

31.1. Виды и направления внутренних и внешних маркетинговых коммуникаций организации.

31.2. Специфику проектирования и построения внутрикорпоративных коммуникаций.

Уметь:

У1.1. Участвовать в формировании эффективных внутренних и внешних коммуникаций организации.

У1.2. Использовать инструменты маркетинговых коммуникаций в межкультурной среде.

Владеть:

В1.1. Способностью к взаимодействию с коллегами, выполнению совместных заданий в ходе проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

В1.2. Способами разрешения конфликтных ситуаций, возникающих при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студентов, в том числе выполнение курсовой работы, курсового проекта, подготовка к зачету и экзамену.

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

32.1. Воздействие маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и предложения продукции.

32.2. Приемы и технологии разработки и осуществления коммуникативной стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

Уметь:

У2.1. Участвовать в планировании и формировании комплекса маркетинговых коммуникаций.

У2.2. Оценивать и анализировать эффективность коммуникационной стратегии организации.

Владеть:

В.2.1. Базовыми навыками планирования, организации и реализации коммуникативной стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студентов, в том числе выполнение курсовой работы, курсового проекта, подготовка к зачету и экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Деловые коммуникации»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение процесса взаимодействия деловых партнеров: продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений.

Объектами изучения дисциплины являются деловая коммуникация, коммуникационный процесс, публичные выступления, проведение деловых переговоров, модели поведения делового человека.

Основной целью изучения дисциплины «Деловые коммуникации» является получение студентами комплекса знаний и умений, необходимого для осуществления эффективной межличностной коммуникации в профессиональной сфере.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные принципы делового общения»

Модуль 2 «Устное деловое общение»

Модуль 3 «Теоретические основы проведения деловых переговоров»

Модуль 4 «Публичные выступления как элемент эффективных коммуникаций»

Модуль 5 «Коммуникационное общение при решении спорных вопросов»

Модуль 6 «Письменное деловое общение»

Модуль 7 «Электронная деловая коммуникация»

Модуль 8 «Имидж и модели поведения делового человека»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-4:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Знать:

31.1. Принципы и закономерности ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонного делового общения.

31.2. Особенности электронной коммуникации.

Уметь:

У1.1. Использовать навыки разрешения конфликтов в деловых отношениях.

У1.2. Использовать знания в области проведения деловых встреч и переговоров для реализации профессиональных навыков.

Владеть:

В1.1. Техникой ведения эффективного диалога.

В1.2. Навыками публичного выступления.

Компетенция ПК-1:

- владеть навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Знать:

32.1. Теорию современной речевой коммуникации, теорию мотивации.

32.2. Основы коммуникативного процесса в компании.

Уметь:

У2.1. Определять особенности речевого поведения личности собеседника.

У2.2. Осуществлять управленческую коммуникацию.

Владеть:

В2.1. Навыками формирования команды, управления конфликтами.

В2.2. Нормами нравственных отношений между коллегами, сотрудниками и клиентами в процессе делового общения.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Документоведение»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение документов и делопроизводственного процесса, включающий оформление, движение документов, контроль исполнения, хранения, передачу в архив. А также подготовку и оформление распорядительных документов как базовому процессу в реализации всех управленческих функций.

Объектами изучения дисциплины являются документ, делопроизводство, документоведение, документооборот, деловая переписка.

Основной целью изучения дисциплины «Документоведение» является получение студентами комплекса знаний и умений, необходимого для составления проектов организационно-распорядительных документов и деловой корреспонденции.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Свойства, функции и признаки документа»

Модуль 2 «Классификация документов»

Модуль 3 «Документ: структура, составление, оформление»

Модуль 4 «Основные документы управления»

Модуль 5 «Организационная и распорядительная группа документов»

Модуль 6 «Унификация документа»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-4:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Знать:

З1.1. Документоведческую терминологию.

З1.2. Особенности оформления электронного документа.

Уметь:

У1.1. Организовывать учет и регистрацию документов.

У1.2. Формировать и вести базы данных по документам организации.

Владеть:

В1.1. Языком управленческих документов, навыками деловой переписки.

В1.2. Приемами и правилами логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

Компетенция ПК-8:

- владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Знать:

З2.1. Правила составления и оформления документов, возникающих в управленческой деятельности организаций.

З2.2. Организацию работы с документами при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Уметь:

У2.1. Унифицировать документы в их системы.

У2.2. Оформлять документы в соответствии с требованиями ГОСТ.

Владеть:

В2.1. Методами анализа и проектирования систем документации, управления ими, подготавливать управленческое решение.

В2.2. Спецификой оформления организационно-распорядительной документацией.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Региональный маркетинг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение регионального маркетинга как системы привлечения в регион новых экономических агентов, способных повысить благосостояние региона в целом.

Объектами изучения дисциплины являются товарный рынок региона, субъекты регионального маркетинга.

Основной целью изучения дисциплины «Региональный маркетинг» является получение студентами необходимых знаний в области регионального маркетинга, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Сущность, определение, цели, задачи и методы регионального маркетинга»

Модуль 2 «Позиционирование регионов»

Модуль 3 «Маркетинговые стратегии регионов»

Модуль 4 «Организация регионального маркетинга»

Модуль 5 «Исследование целевых рынков и позиционирование территорий»

Модуль 6 «Система коммуникаций в маркетинге территорий»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-5:

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Знать:

З1.1. Сущностные характеристики регионального маркетинга.

З1.2. Технологию выбора и разработки маркетинговых стратегий территории.

Уметь:

У1.1. Анализировать специфику регионального маркетинга.

У1.2. Использовать маркетинговые коммуникации в деятельности организаций и компаний.

Владеть:

В1.1. Навыками сбора и обработки информации для разработки маркетингово-ориентированной стратегии развития.

В1.2. Способностью разрабатывать системный стратегический подход в планировании маркетинговой деятельности на региональном уровне.

Компетенция ПК-7:

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

З2.1. Основы маркетингового подхода к планированию развития территории.

З2.2. Иметь представление об особенностях регионального маркетинга как определенном образе мышления и действия руководителя регионального и местного уровня.

Уметь:

У2.1. Разрабатывать проекты регионального маркетинга.

У2.2. Применять на практике маркетинговые исследования.

Владеть:

В2.1. Профессиональными навыками планирования маркетинга специфического продукта на региональном рынке.

В2.2. Методами реализации основных управленческих функций: принятие решений, организация, мотивирование и контроль.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, проведение контрольной работы, тестов, разработка презентаций, сообщений и докладов.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Мерчендайзинг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение мерчендайзинга как маркетинговой технологии, способствующей стимулированию розничных продаж через привлечение внимания конечных покупателей к определенным маркам или группам товаров в местах продаж без активного участия специального персонала.

Объектами изучения дисциплины являются поведение потребителей; инструменты и модели мерчендайзинга; внутримагазинные факторы, влияющие на решения покупателя о приобретении того или иного товара.

Основной целью изучения дисциплины «Мерчендайзинг» является приобретение теоретических знаний и формирование практических умений и навыков в области мерчендайзинга; показать возможности комплексного использования этих знаний при разработке маркетинговых решений и их применение в месте совершения покупки.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Мерчендайзинг: определение, цели и задачи»

Модуль 2 «Инструменты мерчендайзинга»

Модуль 3 «Модели мерчендайзинга»

Модуль 4 «Поведение потребителей в месте совершения покупки»

Модуль 5 «Выкладка товара, оформление витрины, атмосфера торговой точки»

Модуль 6 «Коммуникационные средства торгового зала»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-7:

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

З1.1. Характеристики эффективных моделей мерчендайзинга.

З1.2. Инструменты мерчендайзинга.

Уметь:

У1.1. Осуществлять планировку торговой точки.

У1.2. Провести исследование факторов, определяющих эффективность мерчендайзинга.

Владеть:

В1.1. Умениями и навыками организации и управления мерчендайзинговой деятельностью на конкретном предприятии либо создание самостоятельного проекта, отображающего план торгового предприятия и механизм его функционирования.

В1.2. Владеть приемами анализа, прогнозирования, оценки поведения потребителей, необходимых для организации и планирования маркетинговой деятельности в месте совершения покупки.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Экономика и политика в современном мире»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение тенденций и процессов, происходящих в современной политике и экономике. Современная мировая экономика представляет собой сложный, многоплановый комплекс институтов, отношений, капиталов, рабочей силы, процессов. Размываются границы между глобальной и национальной экономикой, экономическое пространство и рынок во все более растущей степени не совпадают с территорией какого-либо конкретного национального государства. Важнейшими проявлениями и результатами политической глобализации являются расширение и интенсификация взаимодействия между государствами, народами и регионами, увеличение транспарентности национально-государственных границ.

Объектами изучения дисциплины являются глобализационные процессы, мировое хозяйство, роль национальных государств.

Основной целью изучения дисциплины «Экономика и политика в современном мире» является в формировании знаний по основным проблемам мировой экономики и политики.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Современное мировое хозяйство»

Модуль 2 «Международное разделение труда»

Модуль 3 «Мировые хозяйства и международные организации»

Модуль 4 «Глобализации мировой экономики»

Модуль 5 «Основные направления изменения статуса и роли национального государства»

Модуль 6 «Системные характеристики миропорядка: синергетический подход»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

З1.1. Основные институты современного мирового хозяйства.

З1.2. Современные тенденции развития мирового хозяйства.

Уметь:

У1.1. Анализировать современные формы международных экономических отношений и механизмы их реализации в современных условиях.

У1.2. Анализировать современные экономические и политические проблемы.

Владеть:

В1.1. Полученными теоретическими знаниями для анализа конкретных ситуаций функционирования современной экономики и политики в различных сферах деятельности.

В1.2. Системным представлением о структурах и тенденциях развития современной экономике и политики.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «История менеджмента»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение эволюции управленческой мысли, развитие общей системы исторических, теоретических и концептуальных представлений о возникновении предпринимательской деятельности и механизмах научного управления предприятием.

Объектами изучения дисциплины являются менеджмент как вид деятельности, история развития менеджмента как науки, современные концепции управления.

Основной целью изучения дисциплины «История менеджмента» является ознакомление студентов с условиями и особенностями возникновения и развития области профессиональной деятельности менеджера; изучение сложившихся в разных регионах мира принципиальных подходов выдающихся менеджеров к управлению организацией; формирование у них через обогащение знаний прошлого чувства уверенности в решении будущих проблем менеджмента.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Природа управления и исторические тенденции его развития»

Модуль 2 «Условия и факторы возникновения и развития менеджмента»

Модуль 3 «Этапы и школы в истории менеджмента»

Модуль 4 «Разнообразие моделей менеджмента: американской, японской, европейской и др.»

Модуль 5 «Развитие управления в России»

Модуль 6 «Перспективы менеджмента в современном мире»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. Основные этапы эволюции управленческой мысли;

31.2. Закономерности и условия формирования менеджмента как науки, характеристику школ управления;

31.3. Современные концепции менеджмента с точки зрения количественного, процессного, системного и ситуационного подхода;

31.4. Характеристику и структуру труда менеджера.

Уметь:

У1.1. Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;

У1.2. Анализировать и оценивать исторические события и процессы в их динамике и взаимосвязи;

У1.3. Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

Владеть:

В1.1. Навыками анализа различных экономических показателей для решения управленческих задач.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Маркетинг территории»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение стратегии повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов.

Объектами изучения дисциплины являются направления и инструменты построения положительного имиджа территории, направленные на повышение притягательности данной территории для человека, путем развития особых черт, гарантирующих конкурентные преимущества территории.

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинг территории» является формирование у будущих специалистов теоретических знаний в области маркетинга территорий, рассмотрение роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Социально-экономическая сущность маркетинга территорий»

Модуль 2 «Разработка элементов комплекса маркетинга территорий»

Модуль 3 «Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории: маркетинговые исследования»

Модуль 4 «Целевой маркетинг в территориальном управлении»

Модуль 5 «Разработка деловых стратегий территории. Выбор приоритетных направлений деятельности»

Модуль 6. «Стратегический маркетинг территории»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

З1.1. Теоретические основы организационно-управленческой деятельности и инструменты анализа, организации и планирования в области государственного и муниципального управления.

Уметь:

У1.1. Выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации;

У1.2. Планировать мероприятия органа публичной власти в увязке с общей стратегией развития государства и региона;

У1.3. Ориентироваться в закономерностях социального восприятия, функционирования общественного мнения;

Владеть:

В1.1. Навыками социального, профессионального и образовательного взаимодействия с гражданами и институтами гражданского общества, другими организациями;

В1.2. Способностью и готовностью к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Компетенция ПКД-2:

- способность применять маркетинговые технологии управления в различных направлениях маркетинговой деятельности.

Знать:

32.1. Сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции;

32.2. Элементы комплекса маркетинга территорий;

32.3. Виды, источники и методы получения маркетинговой информации о состоянии маркетинговой среды;

32.4. Особенности поведения потребителей ресурсов и общественных благ территории.

Уметь:

У.2.1. Сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий;

У.2.2. Составлять анкеты и проводить маркетинговые исследования;

У.2.3. Разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга;

У.2.4. Использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга территорий.

Владеть:

В.2.1. Приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга;

В.2.2. Основными стратегиями маркетинга территорий;

В.2.3. Основными методами формирования конкурентных преимуществ территории.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Маркетинговые инновации»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение способов создания нового товара в рамках существующего рынка; этапов создания новых идей; базовых категорий в области инновационных маркетинговых технологий; технологий применения инновационных маркетинговых коммуникаций.

Объектами изучения дисциплины являются маркетинговые инновации как реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинговые инновации» является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области механизмов управления инновационными маркетинговыми технологиями, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Предпосылки формирования инноваций и новых технологий в маркетинге»
Модуль 2 «Современные маркетинговые методики создания новых идей»
Модуль 3 «Провокационный и партизанский маркетинг в системе продвижения компании»
Модуль 4 «Языковые способы воздействия на сознание целевой аудитории»
Модуль 5 «Сенсорные методики маркетинговых коммуникаций»
Модуль 6 «Цифровые маркетинговые коммуникации»
Модуль 7 «Современные технологии управления ценовой политикой компании»
Модуль 8 «Новые направления развития маркетинговых исследований»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

- 31.1. Способы создания нового товара в рамках существующего рынка;
- 31.2. Базовые категории в области инновационных маркетинговых технологий;
- 31.3. Этапы создания новых идей;
- 31.4. Технологию применения инновационных маркетинговых коммуникаций;
- 31.5. Сильные и слабые стороны традиционного маркетингового подхода.

Уметь:

- У1.1. Оценивать эффективность использования инновационных маркетинговых коммуникаций;
- У1.2. Выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации;
- У1.3. Систематизировать и применять на практике информацию, отражающую опыт использования новых маркетинговых технологий российскими и зарубежными компаниями.

Владеть:

- В1.1. Методами исследования тенденций развития маркетинговых технологий;
- В1.2. Умением обобщать зарубежный и отечественный опыт управления маркетинговой деятельностью предприятия;

В1.3. Методиками создания инновационных идей в области маркетинговых коммуникаций.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, зачет

Предметная область дисциплины включает изучение целей, задач и этапов планирования и проведения маркетингового исследования; принципов определения выборки; методов маркетинговых исследований и анализа полученных результатов; форм их представления в итоговом отчете.

Объектами изучения дисциплины являются техники, методы и инструменты маркетинговых исследований.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний и умений в области теории и практики применения технологий маркетинговых исследований в целях эффективного принятия управленческих решений по выбору стратегии организации.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Понятие и сущность маркетинговых исследований»

Модуль 2 «Разработка плана маркетингового исследования. Процесс выборки»

Модуль 3 «Виды и технологии проведения маркетинговых исследований»

Модуль 4 «Исследования внешней среды маркетинга»

Модуль 5 «Кабинетные и полевые исследования»

Модуль 6 «Обработка и анализ результатов исследований. Методы и модели маркетингового анализа»

Модуль 7 «Составление отчета о маркетинговом исследовании»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1. Технологию организации исследовательско-аналитической функции маркетинга в компании.

31.2. Особенности существующих источников маркетинговой информации для проведения исследований.

31.3. Свойства маркетинговой информации.

31.4. Принципы работы с первичной и вторичной маркетинговой информацией и методы ее сбора с применением информационно-коммуникационных технологий.

Уметь:

У1.1. Определять ценность маркетинговой информации и потребность в ней.

У1.2. Систематизировать и обрабатывать первичную и вторичную маркетинговую информацию.

Владеть:

В1.1. Навыками сбора и обработки маркетинговой информации с применением информационно-коммуникационных технологий.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к зачету.

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

32.1. Роль маркетинговых исследований в разработке и осуществлении стратегии организации.

32.2. Этапы и алгоритм проведения маркетинговых исследований.

32.3. Методы маркетинговых исследований.

Уметь:

У2.1. Систематизировать и обрабатывать качественную и количественную эмпирическую информацию.

У2.2. Оценивать и анализировать результаты маркетингового исследования и применять их при разработке и осуществлении конкурентной стратегии организации.

Владеть:

В2.1. Методами стратегического анализа маркетинговой среды организации.

В2.2. Организационно-методическими основами разработки и осуществления конкурентной стратегии организации на основе результатов маркетинговых исследований.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к зачету.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Маркетинг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение теоретических, методологических и практических основ маркетинговой деятельности с учетом условий рыночной среды.

Объектами изучения дисциплины являются современные методы, приемы и инструменты разработки и осуществления комплекса маркетинга предприятия (организации).

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний, практических умений и навыков в сфере маркетинговой деятельности, в том числе умения принимать обоснованные управленческие маркетинговые решения с учетом отрасли экономики, навыков разработки и реализации конкурентоспособной маркетинговой стратегии.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Маркетинг как философия рынка: социально-экономические аспекты»

Модуль 2 «Комплекс маркетинга и инструменты его реализации»

Модуль 3 «Сегментация рынка и анализ конкурентов»

Модуль 4 «Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования»

Модуль 5 «Управление маркетинговой деятельностью»

Модуль 6 «Международный маркетинг»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

З1.1. Понятийный аппарат маркетинга и сущность маркетинговых концепций.

З1.2. Функции маркетинга в сферах товарной политики, ценообразования, коммуникаций, сбыта.

З1.3. Методы позиционирования товара и анализа рыночной среды, принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, основные конкурентные стратегии.

З1.4. Алгоритм и инструменты маркетинговых исследований.

Уметь:

У1.1. Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, сложившихся в сфере маркетинга, предлагать способы их решения.

У1.2. Формировать маркетинговые цели предприятий (организаций), разрабатывать стратегию и тактику маркетинга с учетом внешней и внутренней маркетинговой среды.

У1.3. Осуществлять выбор инструментальных средств для проведения маркетинговых исследований и обработки их результатов.

Владеть:

В1.1. Аналитическими методами оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия (организации).

В1.2. Основами разработки комплекса маркетинга предприятия (организации), направленного на обеспечение конкурентоспособности.

В1.3. Навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для разработки и осуществления стратегии предприятия (организации).

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе контрольная работа, подготовка к зачету.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Интернет-технологии в маркетинге»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение основных интернет- технологий, охватывающих множество областей: от формирования общей информационной среды внутри компании до взаимодействия с субъектами рынка по средствам интернет-среды.

Объектами изучения дисциплины являются интернет-технологии, интернет-маркетинг, инструменты маркетинговых коммуникаций, онлайн-ресурсы, целевая аудитория, контент, сайт, конверсия сайта

Основной целью изучения дисциплины «Интернет-технологии в маркетинге» является формирование знаний и практических умений по вопросам интернет-коммуникаций в маркетинговой среде и новых возможностях продвижения товаров в сети.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные инструменты маркетинговых коммуникаций в Интернете»

Модуль 2 «Виды рекламной деятельности в Интернет, особенности, характеристики»

Модуль 3 «Инструменты Public relations в сети Интернет»

Модуль 4 «Маркетинговые исследования в Интернете»

Модуль 5 «Методы продвижения в Интернете»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-6:

- способность к самоорганизации и самообразованию

Знать:

З1.1. Ключевые понятия, технологии, категории и методы интернет-маркетинга, используя различные информационные источники

Уметь:

У1.1. Самостоятельно отбирать и структурировать информацию в поисковых сетях

У1.2. Анализировать целевую аудиторию

Владеть:

В1.1. Навыками организации самообразования в области интернет-маркетинга

В1.2. Самостоятельно проводить маркетинговые исследования в интернет-среде в интересах предприятия.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка контрольной работы.

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе библиотечной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Знать:

З2.1. Зарубежный и отечественный опыт применения интернет-маркетинговых инструментов

З2.2. Особенности использования всех элементов комплекса маркетинга в сети Интернет

Уметь:

У2.1. Анализировать современные подходы к продвижению и рекламе интернет-ресурсов

У2.2. Анализировать маркетинговые исследования в сети Интернет с применением информационно-коммуникативных технологий

Владеть:

В2.1. Современными методами интернет-маркетинга

В2.2. Методами защиты информации

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Регулирование международной торговли»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение различных аспектов регулирования международной торговли в условиях интеграционных процессов. Особое внимание уделяется состоянию и возможным перспективам развития внешней торговли России в контексте ее членства в ВТО.

Объектами изучения дисциплины являются международная торговля, внешнеторговая политика, всемирная торговая организация, мировой рынок.

Основной целью изучения дисциплины «Регулирование международной торговли» является получение студентами углубленных знаний в области международной торговли, ее особенностей в условиях глобализации мировой экономики и мировых рынков, места и экономических интересов России на них.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Современные теории международной торговли»

Модуль 2 «Россия и всемирная торговая организация: проблемы и перспективы взаимодействия»

Модуль 3 «Внешнеторговые операции и сделки»

Модуль 4 «Международные расчеты и совершенствование валютно-финансовых отношений»

Модуль 5 «Организационно-правовые условия международной торговли»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

Знать:

З1.1. Теории международной торговли

З1.2. Значение международных экономических организаций в системе современной международной торговли.

Уметь:

У1.1. Обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными учеными

У1.2. Анализировать и использовать законодательные документы о регулировании внешнеэкономической деятельности

Владеть:

В1.1. Способностью к восприятию, обобщению и анализу информации при использовании нормативных и правовых документов в профессиональной деятельности

В1.2. Методами сбора информации

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, подготовка контрольной работы.

Компетенция ПК-4:

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Знать:

32.1. Особенности международной торговли на конкретных рынках в условиях глобализации.

32.2. Основные формы международных расчетов при осуществлении внешнеторговых сделок

Уметь:

У2.1. Вырабатывать практические навыки по анализу и применению форм и методов работы и импортера в конкретных ситуациях на мировых товарных рынках

У2.2. Различать функции международных экономических организаций

Владеть:

В2.1. Применением различных форм международных расчетов при осуществлении внешнеторговых сделок

В2.2. Методами анализа современного международного рынка товаров и услуг

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Анализ эффективности маркетинговой деятельности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение современных методов анализа эффективности маркетинговой деятельности с целью поиска путей ее совершенствования и выявления факторов, влияющих на выбор потенциальными клиентами товаров или услуг данного предприятия.

Объектами изучения дисциплины являются особенности применения качественных и количественных методов оценки эффективности маркетинговой деятельности на стадии разработки или принятия маркетингового решения, либо после окончания определенного периода времени, исходя из фактически достигнутых результатов.

Основной целью изучения дисциплины «Анализ эффективности маркетинговой деятельности» является получение базовых знаний в области анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия, освоение навыков оценки маркетинговой деятельности предприятия в целях повышения ее эффективности.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Особенности управления маркетингом. Формирование бюджета маркетинга. Маркетинговый контроль».

Модуль 2. «Виды контроля в маркетинговой деятельности. Маркетинговый аудит»

Модуль 3. «Оценка эффективности маркетинговой деятельности на стадии планирования маркетинговых мероприятий»

Модуль 4. «Основные направления оценки маркетинговой деятельности предприятия».

Модуль 5. «Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;

Знать:

31.1. Методы расчета финансовых показателей бизнеса;

31.2. Распределение бюджета по основным статьям затрат;

Уметь:

У1.1. Разрабатывать бюджет маркетинга;

У1.2. Составлять отчет о качестве маркетинга в компании на основе анализа показателей продаж, средней цены, прибыли и рентабельности продаж;

Владеть:

В1.1. Навыками использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

Знать:

З2.1. Законы функционирования рынка и средства его регулирования;

З2.2 Тенденции развития спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения;

Уметь:

У2.1. Анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг;

У2.2. Разрабатывать систему стратегического контроля и ревизии маркетинга;

Владеть:

В2.1. Навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности;

В2.2. Навыками применения методов маркетингового контроля.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает формирование системы профессиональной культуры безопасности, под которой понимаются готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета. Ядром содержательной части предметной области является круг опасностей, определяемых физическими полями (потоками энергии), потоками вещества и информации.

Объектами изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются биологические и технические системы как источники опасности, а именно: человек, коллективы людей, природа, техника, техносфера и ее компоненты.

Основной целью изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование теоретических знаний и практических навыков, необходимых для создания рациональных условий жизнедеятельности, безопасности в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, социального и техногенного характера.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Введение в безопасность. Основные понятия и определения»

Модуль 2 «Человек – среда обитания»

Модуль 3 «Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды»

Модуль 4 «Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения»

Модуль 5 «Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека»

Модуль 6 «Психофизиологические и эргономические основы безопасности»

Модуль 7 «Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации»

Модуль 8 «Управление безопасностью жизнедеятельности»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-8:

- способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

Знать:

З1.1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек – среда обитания».

З1.2. Основы физиологии человека и рациональные условия деятельности.

З1.3. Анатомо-физические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных факторов.

Уметь:

У1.1. Проводить контроль параметров и уровня негативных последствий на их соответствие нормативным требованиям.

У1.2. Эффективно применять средства защиты от негативных воздействий.

У1.3. Использовать приемы первой доврачебной помощи пострадавшим, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

Владеть:

В1.1. основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и ослабления их последствий современными индивидуальными и коллективными средствами защиты в любых условиях деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий; практических занятий; выполнение лабораторных работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Бенчмаркинг»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение процессов управления предприятиями и организациями; характера и содержания инноваций в управлении организацией, использования отечественных и мировых достижений; деятельности менеджеров по изучению и применению эффективных способов обеспечения конкурентоспособности.

Объектами изучения дисциплины являются способы и технологии выявления передовых практик организации и ведения бизнеса, а также их адаптации в компании.

Основной целью изучения дисциплины «Бенчмаркинг» является формирование инновационного подхода к развитию организации на основе использования опыта передовых компаний; приобретение умений и навыков по разработке управленческих решений, обеспечивающих конкурентное развитие.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Бенчмаркинг: понятие, функции, принципы»

Модуль 2 «Области и виды бенчмаркинга»

Модуль 3 «Организация процесса бенчмаркинга»

Модуль 4 «Проведение конкурентной разведки. Промышленный шпионаж»

Модуль 5 «Оценка среды при бенчмаркинге»

Модуль 6 «Факторы результативности бенчмаркинга и внедрение его результатов»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

З1.1. Основные понятия и виды бенчмаркинга.

З1.2. Методы оценки экономической и социальной эффективности применения инноваций.

Уметь:

У1.1. Анализировать информацию о состоянии и динамике развития отрасли, компаний-лидеров.

У1.2. Отбирать инновации, применимые для целей развития компании.

У1.3. Разрабатывать проекты по адаптации инноваций.

Владеть:

В1.1. Навыками выявления инновационных подходов к управлению.

В1.2. Технологиями адаптации нововведений к реальным условиям компании.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

32.1. Принципы и технологию сбора необходимой информации по инновациям.

32.2. Основы методологии исследования опыта компаний.

Уметь:

У2.1. Осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга.

У2.2. Использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.

Владеть:

В2.1. Способами оценки бизнес-процессов других компаний.

В2.2. Методами анализа развития отрасли и компаний-конкурентов с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Бренд-менеджмент»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 5 з.е., 180 часов
Форма промежуточной аттестации – курсовая работа, экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение инструментов и технологий маркетинга, применимых на всех этапах создания, вывода на рынок, поддержания, укрепления и капитализации на нем брендов товаров, услуг, компаний с целью завоевания ими в сложных конкурентных условиях лидирующих позиций в рыночной среде.

Объектами изучения дисциплины являются современные концепции и стратегии брендинга; типы брендов на различных иерархических уровнях; элементы платформы и системы идентификаторов бренда; особенности брендинга на различных рынках.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов понимания необходимости профессионального управления брендом в современном конкурентном окружении на всех уровнях управления бизнесом на протяжении жизненного цикла продукта, компании, а также знаний в области теории и практики применения маркетинговых технологий в сфере создания, развития и поддержки брендов.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Возникновение брендов и развитие брендинга»

Модуль 2 «Современная среда бренда»

Модуль 3 «Система управления брендами. Современные направления брендинговой политики компаний»

Модуль 4 «Разработка платформы и системы идентификаторов бренда»

Модуль 5 «Брендинговая реклама и VTL-технологии в комплексной системе продвижения брендов»

Модуль 6 «Современные технологии коммуникативного воздействия на целевые аудитории в бренд-менеджменте»

Модуль 7 «Формирование потребительской лояльности»

Модуль 8 «Бренд как паблицитный капитал компании»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических или продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

З1.1. Основные понятия, коммуникационные модели брендинга.

З1.2. Элементы идентичности бренда и этапы их проектирования.

З1.3. Типологию брендов и особенности построения их платформы.

З1.4. Теорию уникального торгового предложения и принципы позиционирования товара, услуги, компании на рынке.

Уметь:

У1.1. Участвовать в отборе маркетинговых технологий, эффективных для решения задач бренд-менеджмента.

У1.2. Разрабатывать отдельные элементы брендбука.

У1.3. Участвовать в проектах по созданию брендов.

Владеть:

В1.1. Основами технологии разработки брендов товаров, услуг, компаний в зависимости от типа компании, рыночных условий и особенностей потребителей.

В1.2. Инструментами маркетинга в целях информирования потребителей о продуктовых инновациях, формирования образа престижности товара (услуги), изменения стереотипов восприятия товара (услуги), организационных изменениях.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Компетенция ПК-7:

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

32.1. Классические и современные инструменты брендинга

32.2. Принципы и технологии разработки управленческих решений в сфере бренд-менеджмента на рынках В2В и В2С.

Уметь:

У2.1. Координировать деятельность сотрудников, участвующих в процессе бренд-билдинга.

У2.2. Принимать во внимание при разработке мероприятий бренд-менеджмента специфику технологий создания товарных и корпоративных брендов.

У2.3. Критически оценивать стратегию брендов.

Владеть:

В2.1. Основами навыков поэтапного контроля процесса реализации планов и проектов по эффективному достижению целей бренд-менеджмента.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки - 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Бухгалтерский учет»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает сбор и обработку первичной экономической информации для формирования финансовой отчетности с целью принятия оптимальных решений на всех уровнях управления современным предприятием .

Объектами изучения в дисциплине являются методы и средства ведения экономических расчетов и исследований, представления результатов расчетов и исследований, формулировка аналитических выводов и заключений

Основной целью изучения дисциплины является формирования у будущих специалистов теоретических знаний и развитие практических навыков работы в области создания, функционирования и использования информационной базы системы бухгалтерского учета.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Сущность, предмет и метод бухгалтерского учета »

Модуль 2 « Основы организации бухгалтерского учета на предприятии »

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Знать:

З1.1. сущность и принципы бухгалтерского учета, содержание специальной терминологии, понимать экономическое содержание основных хозяйственных процессов и хозяйственных операций и порядок их отражения в бухгалтерском учете и отчетности;

Уметь:

У1.1. осуществлять сбор и обработку информации по полученному заданию, рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели

Владеть:

В1.1. современными методами сбора, обработки экономических и социальных данных; основными принципами и методами обработки экономических данных хозяйствующего субъекта в рамках прикладных экономических исследований;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий, выполнение практических работ, зачет.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Государственное регулирование экономики»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение форм участия государства в экономической сфере с помощью методов и инструментов воздействия на социально-экономические процессы, обеспечивающих устойчивое и эффективное развитие рыночных отношений.

Объектами изучения дисциплины являются современные подходы в области макроэкономического регулирования социально-экономического развития страны.

Основной целью изучения дисциплины «Государственное регулирование экономики» является формирование у студентов теоретических знаний о закономерностях формирования и функционирования механизма регулирования государством макроэкономических процессов, а также практических навыков анализа государственной экономической политики.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Теоретические и методологические аспекты государственного регулирования экономики»

Модуль 2 «Фискальная (бюджетно-налоговая) политика»

Модуль 3 «Денежно-кредитная (монетарная) политика»

Модуль 4 «Антиинфляционная политика»

Модуль 5 «Социальная политика и политика занятости»

Модуль 6 «Антициклическое регулирование экономики. Государственное регулирование экономического роста»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных документов в своей профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1. Основные нормативные акты в сфере государственного регулирования экономики;

З1.2. Теоретические, методологические и правовые основы организации и функционирования системы государственного регулирования экономики;

Уметь:

У1.1. Применять основные положения нормативных актов в сфере государственного регулирования экономики в своей профессиональной деятельности;

У1.2. Анализировать, аргументировать и обосновывать экономическую политику государства, закрепленную нормативными актами, социально-экономические программы развития, весь комплекс мер и средств государственного регулирования для решения актуальных задач экономической сферы;

Владеть:

В1.1. Методическими основами нормативного регулирования различных сфер рыночной экономики;

В1.2. Навыками расчета основных макроэкономических показателей (показатели занятости, экономического роста, уровень инфляции и пр.).

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Информационные технологии в менеджменте»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 5 з.е., 180 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов, относящихся к информационным технологиям, применяемым в современных управленческих процессах: законов получения, передачи и использования информационных ресурсов, назначения и структуры системного программного обеспечения компьютера; назначения и основ применения баз данных; основных моделей хранения данных; назначения служб Интернета; средств защиты информации в компьютерных сетях.

Объектами изучения дисциплины являются современные принципы обработки информации с помощью средств вычислительной техники.

Основной целью изучения дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» является содействие становлению профессиональной компетентности бакалавра посредством формирования целостного представления о роли информационных технологий в области менеджмента на основе овладения их возможностями в решении профессиональных задач.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Информация как организационный ресурс»

Модуль 2 «Классификация информационных систем и информационных технологий»

Модуль 3 «Инструментальные средства компьютерных технологий для обеспечения управленческой деятельности»

Модуль 4 «Компьютерные технологии подготовки текстовых документов и обработки информации на основе табличных процессоров»

Модуль 5 «Компьютерные технологии обработки информации на основе использования баз данных (БД) и систем управления БД (СУБД)»

Модуль 6 «Интегрированные программные продукты распределенной обработки информации»

Модуль 7 «Интернет-технологии в управленческой деятельности»

Модуль 8. «Безопасность и защита информационных систем»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1.Основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;

31.2.Особенности функционирования и использования информационных технологий для решения конкретных функциональных задач менеджера;

31.3.Возможности, предоставляемые глобальной информационной системой.

Уметь:

У1.1Применять информационные технологии для решения управленческих задач;

У1.2.Применять методы безопасного использования сервисов Интернет.

Владеть:

В1.1.Навыками работы с программными средствами общего и профессионального назначения; базовыми программными методами защиты информации при работе с компьютерными системами и организационными мерами и приемами антивирусной защиты.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных, лабораторных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – маркетинг

Дисциплина «Культурология»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает наиболее общие вопросы культурогенеза, теории и истории культуры, социально-философские проблемы бытия человека и созданного им мира обычаев, традиций, норм, нравов, смыслов и ценностей, определение цивилизационно-культурной принадлежности России.

Объектом изучения дисциплины является исследование культуры как целостного объекта познания.

Основной целью изучения дисциплины «Культурология» является формирование у студентов целостного представления о культуре как способе надбиологического существования человека; подготовка широко образованных, творческих и критически мыслящих бакалавров, способных к анализу и прогнозированию сложных социокультурных проблем и умеющих ориентироваться в условиях современной социокультурной среды.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Теоретические основы культурологии»

Модуль 2 «Развитие культурологической мысли»

Модуль 3 «История мировой культуры»

Модуль 4 «История культуры России»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-4:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать:

31.1. Основные подходы к определению места культуры в социуме;

31.2. Закономерности функционирования и развития культуры на разных этапах человеческой истории;

31.3 Специфику внутри- и межкультурных коммуникаций;

31.4 Знать традиции и обычаи других стран и народов.

Уметь:

У1.1. Осуществлять статусно-ролевое взаимодействие в коллективе, основываясь на культурных ценностях и нормах;

У1.2. Использовать знания о сущности и механизмах культурных изменений в практике внедрения инноваций в организации;

У1.3. Строить эффективную систему внутренних и внешних профессиональных коммуникаций на основе культурных норм.

Владеть:

В1.1. Способностью к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе норм и социальных стандартов, демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий (участие в дискуссиях и диспутах); выполнение творческих работ (эссе, реферат)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Логика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение основных вопросов о сущности, основах и специфике логической науки; сущности мышления и содержании познавательной деятельности человека, характеристике чувственных и логических форм познавательного процесса, возможностях применения логического знания в процессе эффективного решения жизненных и профессиональных проблем, возникающих перед каждым человеком; формирует у студентов прочное научное мировоззрение и развивает способности к осмыслению логического характера и сущности современных общественных процессов в мире и в российском обществе.

Объектами изучения дисциплины являются формы законы и элементы мышления и их репрезентация в коммуникации: тот фрагмент мышления, который характеризует человека, когда речь идет о законах формах и элементах его мышления и умении выразить это в сложных риторических структурах для выражения доказательства собственной точки зрения.

Основными целями изучения дисциплины «Логика» является изучение ключевых теоретических положений, понятийного аппарата, методологических оснований логики и теории аргументации; освоение формально-логических и риторических знаний; выявление логических структур в процессе мышления и речи.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Логические законы, формы и элементы»

Модуль 2 «Основные формы и структуры аргументации»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-4:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать:

З1.1. Понятия «термин», «суждения», «дедуктивное умозаключение», «индуктивное умозаключение» «гипотетическое умозаключение», «умозаключение по аналогии», «логический закон», «логическая ошибка».

З1.2. Понятие «аргументация», «тезис», «аргумент», «определение», «доказательство» и их роль в профессиональной деятельности.

Уметь:

У1.1. Использовать основные логические формы, законы и элементы

У1.2. Использовать основные формы, законы и элементы аргументации в процессе коммуникации и их роль в профессиональной деятельности.

Владеть:

В1.1. Логическими навыками анализа и синтеза информации.

В1.2. Методами построения аргументации, доказательства, определения и их роль в профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Стратегический маркетинг»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение роли и места маркетинга в управлении современной организацией; методов анализа внешней и внутренней среды; основных маркетинговых стратегий и принципов их выбора; вопросов разработки маркетингового плана и его реализации.

Объектами изучения дисциплины являются маркетинговые стратегии деятельности бизнес-единицы в рыночной среде, направленные на обеспечение ее конкурентоспособности.

Основной целью изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний современных ориентиров маркетингового управления и правил построения успешной маркетинговой стратегии организации, а также практических умений и навыков по разработке маркетингового плана.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Современный стратегический маркетинг: базовые понятия, задачи и принципы»

Модуль 2 «Анализ внешней среды и проведение внутреннего аудита»

Модуль 3 «Стратегии сегментирования и позиционирования»

Модуль 4 «Типовые маркетинговые стратегии»

Модуль 5 «Разработка маркетингового плана»

Модуль 6 «Товарная политика и ценовые стратегии»

Модуль 7 «Сбытовые и коммуникационные стратегии»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

31.1. Современные направления развития маркетинга.

31.2. Цели, виды, критерии и принципы выбора маркетинговых стратегий.

31.3. Методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации.

31.4. Элементы маркетингового плана и этапы его разработки.

Уметь:

У1.1. Осуществлять сегментирование рынка и позиционирование компании, товара, услуги.

У1.2. Использовать первичную и вторичную информацию о компании как основу разработки ее стратегии.

Владеть:

В1.1. Навыками стратегического анализа внутренней и внешней среды организации.

В1.2. Технологиями разработки ценовых и продуктовых стратегий, а также стратегий продвижения и сбыта в зависимости от выбранной стратегии позиционирования компании, товара, услуги в целях повышения их конкурентоспособности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы, подготовка к экзамену.

Компетенция ПК-5:

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Знать:

З2.1. Основные функциональные стратегии компаний.

З2.2. Классификацию ошибок системы маркетинга компании системного и функционального характера.

Уметь:

У2.1. Анализировать содержание и особенности функциональных стратегий компании.

У2.2. Выявлять и анализировать взаимосвязи между ними.

Владеть:

В2.1. Технологией разработки функциональных стратегий компании.

В2.2. Методами формирования сбалансированных управленческих решений.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Маркетинговое консультирование»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение сущности и специфических черт, процесса и форм консультирования, особенностей и основных проектов маркетингового консультирования как способа решения проблем клиентов путем построения целесообразного взаимодействия с рынком.

Объектами изучения дисциплины являются процесс и основные этапы маркетингового консалтинга как одной из разновидностей консалтинговых услуг, основанных на разностороннем анализе и изучении бизнеса и направленных на разработку и внедрение в практическую деятельность компаний эффективных тактических решений и стратегий ведения бизнеса.

Основной целью изучения дисциплины является формирование теоретических, методических и практических знаний по основам консультирования, методологии, организации и планированию маркетингового консультирования; рассмотрение различных подходов к маркетинговому консультированию на российском рынке.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Содержание и сущность бизнес-консультирования. Рынок консалтинговых услуг»

Модуль 2 «Основные этапы процесса консультирования. Характеристика и области применения различных форм консультирования»

Модуль 3 «Особенности маркетингового консультирования. Ключевые проекты, входящие в маркетинговый консалтинг. Постановка системы маркетинга в консалтинговой компании»

Модуль 4 «Проведение маркетинговых исследований с помощью консалтинговой фирмы. Использование современных информационных технологий в управлении маркетинговой деятельностью компании»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-2:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

Знать:

31.1. Сущность, цели, задачи маркетингового консультирования;

31.2. Способы разработки бизнес-планов для создания и развития новых организаций (направлений деятельности, рынков, продуктов и т.п.);

3.1.3. Технологию обобщения результатов исследования, технологию подготовки научного отчета, научной статьи, доклада и презентационных материалов.

Уметь:

У1.1. Оценивать условия и последствия принимаемых маркетинговых организационно-управленческих решений, предлагаемых в процессе маркетингового консультирования;

У.1.2. Оценивать полученные научные результаты, делать обобщения, осуществлять подготовку научного отчета (или раздела), научной статьи и доклада.

Владеть:

В1.1. Методами планирования операционной (маркетинговой) деятельности;

В.2.2. Навыками подготовки научных материалов (отчетов, статей, докладов) и представления их заинтересованным лицам и организациям.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

Знать:

3.2.1. Методы анализа и решения проблем маркетингового консультирования.

Уметь:

У.2.1. Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать маркетинговую бизнес-идею;

У.2.2. Осуществлять поиск новых, оригинальных приемов и методов продвижения товаров и формирования лояльных покупателей.

Владеть:

В2.1. Методами анализа маркетинговых проблем и методами оптимизации управленческих решений.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

Знать:

3.3.1. Методы информационного и технического обеспечения маркетингового консультирования.

Уметь:

У.3.1. Использовать элементы информационной технологии, такие как компьютерные комплексы, компьютерные сети, комплексы средств и методов организации массивов данных, кодирования и поиска информации в целях управления процессом маркетинговой деятельности.

Владеть:

В3.1. Современными техническими средствами и информационными технологиями для выполнения отдельных функций маркетинга.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Поведение потребителей»

Общие объем и трудоемкость дисциплины –3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение механизмов поведения потребителей в процессе выбора ими товаров, услуг, идей или опыта их приобретения, а также возможности использования этих механизмов для достижения главной цели маркетинга - удовлетворения нужд и желаний потребителя.

Объектами изучения дисциплины являются потребительское поведение и технологии формирования и поддержания спроса потребителей на товары или услуги, используемые их производителями и продавцами.

Основной целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Место изучения поведения потребителей в комплексе маркетинга»

Модуль 2 «Влияние внешних факторов на поведение потребителей»

Модуль 3 «Влияние мотивации, личности и стиля жизни на восприятие объекта потребления и поведение потребителей»

Модуль 4 «Формирование отношения потребителей к продукту потребления»

Модуль 5 «Процесс принятия потребителем решения о покупке и дальнейшее поведение потребителя»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-6:

- способность к самоорганизации и самообразованию.

Знать:

З1.1. Современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющие на поведение потребителей и маркетинговые решения;

З1.2. Модели потребительского поведения и методы управления им в процессе разработки комплекса маркетинговых решений.

Уметь:

У1.1. Идентифицировать рынок продавца и рынок покупателя;

У1.2. Отбирать критерии для проведения сегментации рынка.

Владеть:

В1.1. Методами разработки и реализации маркетинговых программ по удовлетворению потребностей покупателей;

В1.2. Технологиями эффективного влияния на формирование потребительского поведения;

В1.3. Инструментальными средствами для обработки данных маркетинговых исследований при формировании потребительских предпочтений;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы.

Компетенция ПК-1:

- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации

групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования групп.

Знать:

З2.1. Факторы внешнего (социально обусловленного) и внутреннего (психологически обусловленного) влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке.

Уметь:

У2.1. Использовать модели потребительского поведения и методы управления им в процессе разработки комплекса маркетинговых решений.

Владеть:

В2.1.Технологиями эффективного влияния на формирование потребительского поведения.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 6 з.е., 216 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение методов разработки, принятия и реализации управленческих решений.

Объектами изучения дисциплины являются социально-экономические системы.

Основной целью изучения дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является формирование у студентов теоретических знаний о процессе разработки и принятия управленческих решений, а также практических навыков анализа и принятия управленческих решений в условиях риска и неопределенности.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Теоретические и методологические основы процесса разработки и принятия управленческих решений»

Модуль 2. «Методы оценки влияния внешней и внутренней сред при принятии управленческих решений»

Модуль 3. «Методы прогнозирования при принятии управленческого решения»

Модуль 4. «Методы выбора альтернатив управленческих решений в условиях многокритериальности»

Модуль 5. «Методы выбора альтернатив управленческих решений в условиях неопределенности и риска»

Модуль 6. «Методы организации реализации управленческих решений»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

З1.1. теорию и методологию разработки управленческих решений;

З1.2. методы целеполагания и прогнозирования результатов управленческих решений;

З1.3. методы оценки риска и эффективности управленческих решений;

Уметь:

У1.1. оценивать экономическую и социальную эффективность управленческих решений;

У1.2. определять уровень риска управленческих решений;

У1.3. осуществлять контроль за ходом реализации управленческих решений;

Владеть:

В1.1. навыками разработки управленческих решений в условиях риска и неопределенности;

В1.2. навыками применения разнообразных методов при разработке и принятии управленческих решений.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Событийный маркетинг»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа
Форма промежуточной аттестации – экзамен, курсовой проект

Предметная область дисциплины включает изучение профессионального понимания событий как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций, целей использования, цикла разработки событий, подходов к созданию и управлению событием, а также методов оценки его эффективности. Она также включает в себя изучение ключевых тем поведения участников событий и соответствующие им психологические и эмоциональные аспекты, связанные с принятием решения о покупке и взаимодействием с брендом.

Объектами изучения дисциплины являются создание и управление событиями в системе маркетинговых коммуникаций на всех этапах их подготовки и реализации, а также на протяжении всего жизненного цикла продукта / компании.

Основной целью изучения дисциплины «Событийный маркетинг» является формирование у студентов комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии, формирование событийного маркетингового мышления путём изучения его концептуальных основ и закрепление полученных знаний посредством решения практических заданий по организации событий.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций»
- Модуль 2 «Цели, задачи и принципы организации и проведения событий»
- Модуль 3 «Виды и форматы событий, аудитории событий»
- Модуль 4 «Разработка события. Методы и инструменты планирования»
- Модуль 5 «Проведение события. Способы оценки эффективности»
- Модуль 6 «Менеджмент событий. Управление командой event-менеджеров»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-2:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Знать:

31.1. Теоретические основы Event-маркетинга (событийного маркетинга) как одной из составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций;

31.2. Подходы к созданию и управлению событием, цели использования, цикл разработки событий.

Уметь:

У1.1. Критически оценивать проводимые события конкурентов и собственные, а также проводить оценку и оптимизацию процесса разработки событий;

У1.2. Определять основные задачи разработки и реализации события в контексте развития и поддержания бренда.

Владеть:

В1.1. Способностью к анализу и прогнозированию ситуации;

В1.2. Способностью и готовностью к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Компетенция ОПК-3:

- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

Знать:

З2.1. Обоснование необходимости профессионального использования и управления событиями на всех этапах их подготовки и реализации, а также на протяжении всего жизненного цикла продукта / компании;

З2.2. Особенности планирования и реализации Event (события).

Уметь:

У.2.1. Разрабатывать планы управления событием;

У2.2. Использовать маркетинговый инструментарий в сфере событийного маркетинга;

У2.3. Использовать событие совместно с другими изученными инструментами интегрированных коммуникаций на практике с последующей оценкой эффективности.

Владеть:

В2.1. Навыками индивидуальной работы и работы в команде.

В2.2. Навыками планирования событий, а также их последующего совершенствования и развития: Способностью к анализу и прогнозированию ситуации.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, сдача зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Модели принятия управленческих решений»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение моделей процесса принятия управленческих решений.

Объектами изучения дисциплины являются социально-экономические системы.

Основной целью изучения дисциплины «Модели принятия управленческих решений» является формирование у студентов теоретических знаний о моделях принятия управленческих решений, а также практических навыков моделирования управленческих решений в условиях риска и неопределенности.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Теоретические и методологические основы моделирования управленческих решений»

Модуль 2. «Модели принятия управленческих решений в условиях определенности»

Модуль 3. «Модели принятия управленческих решений в условиях неопределенности»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

З1.1. методы получения, обобщения и использования информации при моделировании управленческих решений;

З1.2. классификацию и специфику различных моделей управленческих решений;

Уметь:

У1.1. анализировать и идентифицировать управленческие проблемы, требующие принятия решений;

У1.2. критически оценивать поведение экономических агентов, тенденции развития объектов в сфере управленческой деятельности;

У1.3. выбирать и обосновывать варианты применения различных моделей управленческих решений;

Владеть:

В1.1. навыками применения разнообразных моделей при разработке и принятии управленческих решений.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Некоммерческий маркетинг»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает анализ возможностей и выбор стратегий в некоммерческой сфере, сегментация и отбор целевых рынков, разработка комплекса некоммерческого маркетинга

Объектами изучения дисциплины являются тенденции и особенности теории, методология и инструменты современного маркетинга в приложении к деятельности субъектов некоммерческой сферы.

Основной целью изучения дисциплины «Некоммерческий маркетинг» являются теоретические знания и практические навыки по применению концепции некоммерческого маркетинга в деятельности субъектов российской некоммерческой сферы для повышения ее результативности.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Некоммерческие организации: сущность, место и роль в социальном развитии общества»

Модуль 2. «Теоретические основы некоммерческого маркетинга»

Модуль 3. «Организация маркетингового управления в некоммерческой сфере»

Модуль 4. «Планирование маркетинга в деятельности некоммерческого субъекта»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-3:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

31.1. сущность и основные виды стратегий организаций в профессиональной сфере;

Уметь:

У1.1. разрабатывать и экономически обосновывать стратегии маркетинга, роста, конкурентные стратегии организации;

У1.2. реализовывать стратегии маркетинга, роста, конкурентные стратегии организации;

Владеть:

В1.1. навыками формирования стратегий маркетинга, адаптированных для некоммерческих организаций;

В2.2. аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой стратегии;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Компетенция ПКД-2:

- способностью применять маркетинговые технологии управления в различных направлениях маркетинговой деятельности.

Знать:

32.1. сущность и основной категорийный аппарат маркетинга некоммерческих организаций;

32.2. цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга;

32.3. инструменты, приемы и технологии маркетинга некоммерческих организаций;

32.4. механизм формирования комплекса маркетинга для некоммерческих организаций;

Уметь:

У2.1. формировать коммуникативные связи некоммерческих субъектов с целевыми рынками, контактными аудиториями и другими субъектами внешней среды;

У2.2. применять методы оценки и анализа маркетинговой деятельности некоммерческой организации;

У2.3. формировать инструментарий маркетинга некоммерческих организаций;

Владеть:

В2.1. навыками проведения маркетинговых исследований, планирования и контроля маркетинга некоммерческих субъектов.

В2.2. навыками формирования комплекса маркетинга в некоммерческой сфере;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций» - синтетическая практикоориентированная дисциплина, изучающая процессы подготовки и проведения выставок, технологии выставочной деятельности и базирующаяся на методологии маркетинга, организации коммерческой деятельности, интегрированных маркетинговых коммуникациях и других смежных дисциплин.

Объектом изучения дисциплины является выставочная деятельность и бизнес-презентации.

Основными целями изучения дисциплины «Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций» являются формирование представления об основах выставочной деятельности и бизнес-презентаций, а также получение навыков в организации выставок, разработке и выборе коммуникативных средств в современных условиях.

Содержание дисциплины

Тема 1 «Выставки: основные понятия и классификации»

Тема 2 «Цели и задачи выставочной деятельности»

Тема 3 «Планирование и организация выставочной деятельности»

Тема 4 «Экономические аспекты выставочной деятельности»

Тема 5 «Проведение выставки»

Тема 6 «Художественные средства оформления выставки»

Тема 7 «Эффективность выставочной деятельности»

Тема 8 «Проведение бизнес-презентаций»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-4:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Знать:

31.1. Понятийный аппарат, основные технологии и методы выставочной деятельности.

31.2. Основы планирования выставочной деятельности.

31.3. Компоненты и особенности проведения бизнес-презентаций.

Уметь:

У1.1. Ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности.

У1.2. Планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей.

У1.3. Сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного процесса.

У1.4. Подготовить и провести бизнес-презентацию.

У1.5. Осуществлять личное деловое общение и вести переписку в процессе подготовки, организации и поведения выставок и бизнес-презентаций.

Владеть:

В1.1. Культурой и самостоятельностью мышления в процессе разработки плана выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки.

В1.2. Знаниями о художественных средствах оформления выставки и бизнес-презентации.

В1.3. Умением подготовить сопроводительные текстовые материалы к выставке.

В1.4. Основами знаний о правилах публичного выступления, эффективном ведении переговоров, проведении совещаний в целях эффективной организации и проведении выставок и бизнес-презентаций.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, подготовка сообщений, докладов, презентаций.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) - Маркетинг

Дисциплина «Прикладная физическая культура»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 328 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметом изучения дисциплины является изучение содержания, закономерностей, механизмов и специфики процесса по формированию личности в условиях занятий физическими упражнениями и спортивной деятельностью.

Объектом изучения дисциплины является спортивная деятельность и человек, занимающийся ею - его обучение, развитие и достижение высоких личных спортивных результатов.

Основной целью изучения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями»

Модуль 2 «Разминка. Виды разминки. Цели и задачи разминки»

Модуль 3 «Валеология - наука о здоровом образе жизни человека»

Модуль 4 «Прикладная физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студента»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-7:

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1 научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.

Уметь:

У1.1 использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

Владеть:

В1.1 средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Технология формирования компетенции: написание и защита реферата.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Психология»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение закономерностей развития и функционирования психики как формы психического отражения действительности, внутреннего мира субъективных явлений, процессов, свойств и состояний, осознаваемых или неосознаваемых самим человеком, его поведение, изучение порождения сознания, его функционирования, развития и связи с поведением и деятельностью, соотношения природных и социальных факторов в становлении психики, психологической характеристики деятельности, психологической характеристики социальных групп, взаимодействия человека с социальной средой, закономерностей межличностных отношений в группах и их формы.

Объектами изучения в дисциплине является психика человека, ее объективные закономерности и проявления, внутренний мир личности, который возникает в процессе взаимодействия человека с окружающим внешним миром, в процессе активного отражения этого мира, а также социальные группы как совокупность людей, групповые явления, человек как часть социальной группы, деятельность человека по освоению как социального, так и предметного мира в составе систем «человек-человек», «человек-техника», «человек-знак».

Основной целью образования по дисциплине является формирование целостного представления об основах психологической науки и решение конкретных задач теоретической и практической подготовки специалистов к будущей профессии: о психологических особенностях человека как факторе успешности его профессиональной деятельности, развитию способности самостоятельно и адекватно оценивать возможности психической системы, находить оптимальные пути решения жизненных и профессиональных задач, расширение и углубление психологических знаний, необходимых для совершенствования как теоретической и профессиональной подготовки в области психологии личности, психологии межличностных отношений, психологии малых групп, психологии коллектива, так и для успешной реализации профессиональной деятельности и саморазвития, получить опыт применения этих знаний при решении личностных и профессиональных продуктивных задач.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Психология, ее предмет, задачи и особенности как науки»

Модуль 2 «Общая психология»

Модуль 3 «Психология личности»

Модуль 4 «Социальная психология»

Модуль 5 «Этнопсихология»

Модуль 6 «Психология общения и взаимодействия людей в группе»

Модуль 7 «Психология труда и инженерная психология»

Модуль 8 «Психология управления»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-5:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Знать:

31.1. Особенности и этапы формирования коллектива, социально-психологические явления и процессы в коллективе, закономерности и особенности взаимодействия личности и коллектива.

31.2. Основные проблемы совместной деятельности в коллективе, особенности делового общения, способы выхода из конфликтных ситуаций.

31.3. Этические и правовые нормы, регулирующие отношения в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия с целью создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса.

Уметь:

У1.1. Работая в коллективе использовать социально-психологические знания в профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

У1.2. Проводить анализ и первичную психодиагностику межличностных отношений, возникающих в процессе совместной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

У1.3. Формировать собственную толерантную позицию и развитые коммуникативные навыки.

Владеть:

В1.1. Навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В1.2. Навыками принимать практические решения психологических задач в своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В1.3. Навыками организации своей профессиональной деятельности, работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа, выполнение контрольной работы.

Компетенция ОК-6:

- способность к самоорганизации и самообразованию.

Знать:

32.1. Содержание психической деятельности личности в целях самоорганизации и самообразования.

32.2. Психологические технологии, ориентированные на личностное развитие в целях самоорганизации и самообразования.

32.3. Основы психологии самопознания и психологических технологий, ориентированных на личностный рост, самоорганизацию и самообразование.

Уметь:

У2.1. Само организовываться и строить взаимоотношения с коллегами, находить, принимать и реализовывать решения в своей профессиональной деятельности.

У2.2. Сопоставлять индивидуальные и субъектные особенности личности; определять и различать свойства темперамента, характера, способностей и направленности личности, определять содержание и уровень психического, социального и профессионального развития личности.

У2.3. Применять полученные знания реализации психологических технологий на практике, ориентированных на личностный рост, самоорганизацию и самообразование.

Владеть:

В2.1. Навыками применения знаний о психике, психических процессах, свойствах, состояний; базовыми понятиями и идеями психологии личности.

В2.2. Навыками реализации на практике психологических технологий саморазвития личности, самоорганизации и самообразования.

В2.3. Навыками на практике реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост, самоорганизации и самообразования.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Социология»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение наиболее общих вопросов социального взаимодействия между людьми, социальными группами, изучение природы социальных связей между людьми, законы приспособления людей друг к другу, отношения, проявляющиеся в любых областях общественной жизни, становлении, развитии и функционировании социальных общностей и форм их организации.

Объектом изучения в дисциплине является общество в целом, социальная сфера жизнедеятельности общества, социальные связи, социальное взаимодействие, социальные отношения и способы их организации.

Основной целью образования по дисциплине «Социология» является формирование у студентов целостного представления об окружающих их социальных явлениях и процессах, происходящих в современных обществах, закономерностях исследования общественной жизни; подготовка широко образованных, творческих и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и владеющих методикой проведения социологических исследований.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «Объект, предмет и функции социологии»
- Модуль 2 «Методология и методы социологического исследования»
- Модуль 3 «Общество как социокультурная система»
- Модуль 4 «Социальные общности и группы»
- Модуль 5 «Социальные институты»
- Модуль 6 «Социальная структура и стратификация»
- Модуль 7 «Социализация личности»
- Модуль 8 «Культура как система ценностей и норм»
- Модуль 9 «Девiantное поведение и социальный контроль»
- Модуль 10 «Социальные конфликты»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-5:

- способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Знать:

- 31.1. социальные законы, сущность и механизмы социальных процессов;
- 31.2. основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмы и формы социальных изменений;
- 31.3. основные подходы к анализу структуры обществ, природу возникновения социальных общностей и социальных групп, их виды;
- 31.4. подходы к рассмотрению личности, факторы ее формирования в процессе социализации, основные закономерности и формы регуляции социального поведения;

Уметь:

- У1.1. анализировать механизмы возникновения и разрешения социальных конфликтов;
- У1.2. составлять программу прикладного социологического исследования;
- У1.3. применять методы прикладного социологического исследования для учета требований потребителя;

У1.4. создавать системы внутренних и внешних профессиональных коммуникаций.

Владеть:

В1.1. культурой мышления, способностью к восприятию информации, обобщению и анализу;

В1.2. логикой различного рода рассуждений; навыками критического восприятия информации.

В1.3. навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа;

В1.4. навыками применения социологических знаний при решении социальных и профессиональных задач;

В1.5. технологией проведения социологического исследования для учета требований потребителя.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий, выполнение плана семинарского занятия, выполнение тестовых заданий, докладов, презентаций, разработка программы социологического исследования.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Теория аргументации»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение основных вопросов о сущности, основах и специфике логической науки; сущности мышления и содержании познавательной деятельности человека, характеристике чувственных и логических форм познавательного процесса, возможностях применения логического знания в процессе эффективного решения жизненных и профессиональных проблем, возникающих перед каждым человеком; формирует у студентов прочное научное мировоззрение и развивает способности к осмыслению логического характера и сущности современных общественных процессов в мире и в российском обществе.

Объектами изучения дисциплины являются формы законы и элементы мышления и их репрезентация в коммуникации: тот фрагмент мышления, который характеризует человека, когда речь идет о законах формах и элементах его мышления и умении выразить это в сложных риторических структурах для выражения доказательства собственной точки зрения.

Основными целями изучения дисциплины «Теория аргументации» является изучение ключевых теоретических положений, понятийного аппарата, методологических оснований логики и теории аргументации; освоение формально-логических и риторических знаний; выявление логических структур в процессе мышления и речи.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Логические законы, формы и элементы»

Модуль 2 «Основные формы и структуры аргументации»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-4:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать:

З1.1. Понятия «термин», «суждения», «дедуктивное умозаключение», «индуктивное умозаключение» «гипотетическое умозаключение», «умозаключение по аналогии», «логический закон», «логическая ошибка».

З1.2. Понятие «аргументация», «тезис», «аргумент», «определение», «доказательство» и их роль в профессиональной деятельности.

Уметь:

У1.1. Использовать основные логические формы, законы и элементы

У1.2. Использовать основные формы, законы и элементы аргументации в процессе коммуникации и их роль в профессиональной деятельности.

Владеть:

В1.1. Логическими навыками анализа и синтеза информации.

В1.2. Методами построения аргументации, доказательства, определения и их роль в профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Трейд-маркетинг»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение роли трейд-маркетинга в маркетинговой деятельности компании, особенностей формата оптовых и розничных продаж, инструментов управления и оценки эффективности трейд маркетинга.

Объектами изучения дисциплины является структура торгово-технологических процессов в торговой точке и принципы ее организации.

Основной целью изучения дисциплины «Трейд-маркетинг» является изучение проблем торгового маркетинга, методов продвижения товаров/услуг на современных рынках, формирование практических навыков создания и развития системы продвижения товаров/услуг в рыночных условиях хозяйствования.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Теоретические основы трейд-маркетинга. Организация системы сбыта»

Модуль 2. «Трейд-маркетинг в организационной структуре предприятия»

Модуль 3. «Инструменты управления в трейд-маркетинге»

Модуль 4. «Оценка эффективности трейд-маркетинга»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. экономические основы поведения розничных торговых организаций, иметь представление о различных структурах рынков.

31.2. современные концепции организации операционной деятельности предприятий розничной торговли и быть готовым к их применению, основные этапы эволюции управленческой мысли и маркетинговых концепций применительно к маркетингу розничной торговли.

Уметь:

У1.1. проводить анализ конкурентной среды отрасли розничной торговли. Анализировать поведение потребителей торговых услуг и формирование спроса на торговые услуги, оценивать маркетинговые возможности розничного предприятия на основе умения провести ценностной анализ (поведение потребителей) и конкурентный анализ (поведение конкурентов) для создания отличительных преимуществ на целевых рынках.

У1.2. Уметь проводить анализ операционной деятельности организаций розничной торговли и использовать его результаты для подготовки управленческих решений.

Владеть:

В1.1. методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (маркетинговой) деятельностью организаций розничной торговли; методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования, использовать их применительно к рынку розничных торговых предприятий; методами управления проектами в отрасли розничной торговли.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Знать:

32.1. особенности трейд-маркетинговой деятельности, принципы формальной организации трейд-маркетинга, особенности методов управления продажами на рынках B2B и B2C.

Уметь:

У2.1. эффективно использовать инструменты трейд-маркетинга; планировать, бюджетировать и контролировать трейд-маркетинговые программы; использовать методы стимулирования продаж и рассчитывать эффективность промо-акций; использовать POS-материалы; производить оценку эффективности торгового маркетинга.

У2.2. уметь применять количественные и качественные методы анализа при принятии маркетинговых управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели, проводить аудит маркетинговой деятельности компании (анализ и прогнозирование рыночной ситуации, и маркетинговые возможности компании);

Владеть:

В2.1. навыками формирования АКБ компании, анализировать и оценивать уровень эффективности использования торговых площадей, разрабатывать планограммы, проводить мониторинг представленности товаров, разрабатывать модели мотивации для участников каналов сбыта, навыками планирования, бюджетирования и контроля трейд-маркетинговых программ; навыками расчета эффективности промо-акций; навыками оценки эффективности торгового маркетинга.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Маркетинг в глобальном сообществе»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение концепций, функций и направлений маркетинговой деятельности в глобальном сообществе, исследований мировых рынков, выработку товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, организации международной системы распределения экспортируемых товаров и услуг, финансовых аспектов международного маркетинга.

Объектами изучения дисциплины являются мировые рынки товаров и услуг, маркетинговые технологии, используемые при ведении деятельности компании на международном уровне.

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинг в глобальном сообществе» является формирование представлений о специфике международного маркетинга, формирование теоретических знаний и приобретение практических умений по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Теоретические аспекты и стратегические решения международного маркетинга»

Модуль 2 «Инструментарий международной маркетинговой деятельности»

Модуль 3 «Международная маркетинговая деятельность: региональные и отраслевые особенности»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-4:

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

Знать:

31.1. Исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в глобальном сообществе.

31.2. Специфику и основные сложности в формировании комплекса международного маркетинга.

Уметь:

У1.1. Принимать участие в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики компании в сфере внешней торговли и международного бизнеса.

У1.2. Анализировать статистическую и финансовую отчетность с целью определения конкурентных форм международного бизнеса и количественного прогнозирования конъюнктуры мировых рынков.

Владеть:

В1.1. Современными технологиями сбора и анализа данных в исследовании мирового рынка товаров и услуг.

В1.2. Навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Компетенция ПКД-2:

- способность применять маркетинговые технологии управления в различных направлениях маркетинговой деятельности.

Знать:

32.1. Отечественный и зарубежный опыт в сфере международного маркетинга.

32.2. Методы ценообразования, специфику продвижения, особенности товарной политики на внешних рынках.

32.3. Особенности функционирования глобальных рынков.

Уметь:

У2.1. Учитывать особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках при планировании вывода на них компании.

У2.2. Применять отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга.

Владеть:

В2.1. Способами формирования эффективного комплекса международного маркетинга.

В2.2. Основами оценки рисков и эффективности маркетинговой деятельности на внешних рынках.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче экзамена.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Управление рисками в бизнесе»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение теоретических основ и практических методов риск-менеджмента, способов измерения и минимизации финансовых рисков при организации различных форм и видов современного бизнеса.

Объектами изучения дисциплины являются риск, рискованные вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе реализации риска.

Основной целью изучения дисциплины «Управление рисками в бизнесе» является формирование у студентов комплекса знаний, связанных с современной теорией рисков; обучение практическим процедурам расчета степени риска, а также умению формировать финансовую и инвестиционную стратегию предприятий с учетом степени риска.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Теоретические основы риск-менеджмента»

Модуль 2. «Методы оценки и управления рисками в бизнесе»

Модуль 3. «Стратегии деятельности предприятий в условиях риска»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

З1.1. сущность и виды предпринимательских рисков, подходы к организации управления рисками, методы и модели оценки рисков, способы управления рисками, нормативно-правовое регулирование рисков финансовых институтов;

З1.2. взаимосвязь между рисками и результатами финансовой (инвестиционной) деятельности;

Уметь:

У1.1. количественно оценивать различные виды предпринимательского риска;

У1.2. применять меры по минимизации риска при принятии управленческих решений;

Владеть:

В1.1. теоретической базой знаний в области риск - менеджмента;

В1.2. методами расчета рисков при принятии решений в условиях неопределенности;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Компетенция ПК-3:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

З2.1. основы системного анализа, теории системных исследований;

З2.2. основные положения теории управления рисками;

Уметь:

У2.1. выявлять и формулировать риски деятельности организации на уровне структурных элементов;

У2.2. выбирать оптимальные методы управления рисками;

Владеть:

В2.1. навыками анализа рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для построения бизнес-стратегии.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Медиапланирование»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение процесса выбора средств и методов распространения рекламной информации на основе данных об аудитории СМИ для наиболее эффективного достижения целей и задач рекламной кампании.

Объектами изучения дисциплины являются система средств массовой информации и их потенциал с точки зрения рекламы, система планирования и покупки рекламного пространства, основные тенденции развития СМИ в России и за рубежом.

Основной целью изучения дисциплины является освоение принципов и методов разработки медиапланов рекламных кампаний; изучение технологий оценки эффективности рекламы; формирование системного представления об основных тенденциях рекламного и медиарынка, а также навыков проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Медиапланирование как сфера деятельности в маркетинге»

Модуль 2 «Анализ исходных данных о рынке, товаре (услуге) и целевой аудитории»

Модуль 3 «Характерные особенности СМИ как рекламоносителей: преимущества и недостатки. Критерии выбора эффективных медиаканалов»

Модуль 4 «Психология памяти в медиапланировании»

Модуль 5 «Основные показатели медиапланирования»

Модуль 6 «Разработка медиастратегии. Формирование медиапланов размещения рекламы в СМИ»

Модуль 7 «Медиаисследования в медиапланировании. Оценка эффективности рекламной и PR-кампании»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

31.1. основополагающие понятия и категории медиапланирования.

31.2. Преимущества и недостатки конкретных рекламоносителей.

Уметь:

У1.1. Применять критерии выбора эффективных медианосителей.

У1.2. Рассчитывать базовые показатели медиапланирования.

Владеть:

В1.1. Навыками принятия решений в управлении маркетинговой деятельностью по формированию медиа-микса в соответствии с бюджетом коммуникационной кампании.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе выполнение контрольной работы, подготовка к зачету.

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

32.1. Медиастратегии, принципы и технологии разработки медиапланов.

32.2. Подходы к оценке эффективности коммуникационных кампаний.

Уметь:

У2.1. Составлять тактический медиаплан рекламной или PR-кампании по конкретному техническому заданию.

Владеть:

В2.1. Технологиями внедрения медиапланирования в маркетинговую деятельность компании.

В2.2. Методами оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, в том числе выполнение контрольной работы, подготовка к зачету.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Физическая культура»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е., 72 часа
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметом изучения дисциплины является изучение содержания, закономерностей, механизмов и специфики процесса по формированию личности в условиях занятий физическими упражнениями и спортивной деятельностью.

Объектом изучения дисциплины является спортивная деятельность и человек, занимающийся ею, его обучение, развитие и достижение высоких личных спортивных результатов.

Основной целью изучения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями»

Модуль 2 «Разминка. Виды разминки. Цели и задачи разминки»

Модуль 3 «Валеология - наука о здоровом образе жизни человека»

Модуль 4 «Прикладная физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студента»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-7:

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Знать:

З1.1. Научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.

Уметь:

У1.1. Использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни

Владеть:

В1.1. Средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий, написание и защита реферата, или выполнение тестовых заданий.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Философия»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение наиболее общих вопросов взаимоотношений между человеком и миром, закономерностей бытия как такового, познаваемости мира, проблемы взаимодействия между познающим субъектом и познаваемым объектом, закономерностей познавательной деятельности человека, проблем обоснования знания и познания как таковых, ценностных оснований бытия человека, его практической деятельности и поведения, форм выражения мыслей и формы развития знаний, приемов и методов познания, законов мышления, логико-методологических и логико-семиотических проблем.

Объектами изучения в дисциплине являются бытие в целом, формы проявления мира, окружающий мир как объект познания, общество как организованная совокупность людей, общественные явления, человек как часть мира, практическая деятельность человека по освоению природных реалий и конструированию социальной реальности, мировоззренческие принципы и общая система норм практической деятельности человека, природа, техника, сущность и существование человека как особая форма бытия, история общества и человека как субъекта исторического процесса.

Основной целью образования по дисциплине «Философия» является формирование культуры мышления, развитие познавательных способностей и интереса к мировоззренческим, социальным, антропологическим проблемам, расширение и углубление мировоззренческих установок, самостоятельности мышления, способности соотносить специально-научные и технические задачи с масштабом гуманитарных ценностей.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные методы, категории и подходы в философии. Роль философии в культуре»

Модуль 2 «Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-1:

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

Знать:

З1.1. Основные положения и методы философии.

З1.2. Основные направления, исторические типы и школы философии.

Уметь:

У1.1. Анализировать основные категории, понятия и методы философии.

У1.2. Интерпретировать идеи, положения, концепции представителей различных школ, направлений и периодов философии.

Владеть:

В1.1. Навыками философского анализа и систематизации человека и общества, окружающего мира категорий, понятий, методологии.

В1.2. Навыками использования основных идей, положений, концепций представителей различных школ, направлений и периодов философии.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий; самостоятельная работа, выполнение контрольной работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) - Маркетинг

Дисциплина «Финансовый менеджмент»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 5 з.е., 180 часов
Формы промежуточной аттестации – зачет, курсовой проект, экзамен.

Предметная область дисциплины включает изучение экономической сущности финансового менеджмента, его места, роли и значения в системе управления предприятием; возможностей практического применения методов и моделей финансового менеджмента в процессе принятия управленческих решений в условиях риска; инструментов оценки активов, инвестиционных проектов; формирования структуры капитала; разработки дивидендной политики.

Объектом изучения дисциплины выступают базовые концепции финансового менеджмента, денежные потоки и источники финансирования предприятия, финансовые стратегии, методы управления финансовыми рисками, инструменты разработки и оценки финансовой политики предприятия.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний базовых концепций, принципов и методов организации финансового менеджмента, а также выработка практических навыков принятия управленческих решений в области управления финансами предприятия.

Содержание дисциплины

- Модуль 1 «Сущность и организация финансового менеджмента. Внешняя среда предприятия»
- Модуль 2 «Денежные потоки предприятия и управление ими»
- Модуль 3 «Временная стоимость денег и основы оценки долгосрочных финансовых активов»
- Модуль 4 «Управление финансовым риском. Операционный и финансовый левверидж»
- Модуль 5 «Стоимость капитала предприятия»
- Модуль 6 «Оценка капиталовложений»
- Модуль 7 «Финансово-эксплуатационные потребности предприятия»
- Модуль 8 «Управление долгосрочными источниками финансирования»
- Модуль 9 «Дивидендная политика»
- Модуль 10 «Управление краткосрочными источниками финансирования»
- Модуль 11 «Выбор финансовой стратегии предприятия. Слияния и поглощения компаний»
- Модуль 12 «Специальные вопросы финансового менеджмента»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Знать:

- 31.1. Формы финансовой отчетности предприятия, методы и способы финансового учета.
- 31.2. Типовые методы расчетов показателей финансового состояния предприятия.

Уметь:

- У1.1. Анализировать информационные и статистические материалы, по оценке финансового состояния предприятия.
- У1.2. Рассчитывать эффективность используемых в компании финансовых инструментов.

Владеть:

В1.1. Методами экономических расчетов для составления финансовой отчетности в соответствии со стандартами компании.

В1.2. Навыками составления финансовой отчетности на основе использования информационных систем.

Технологии формирования компетенции: лекционные и практические занятия, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Компетенция ПК-4:

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

Знать:

32.1. Фундаментальные концепции финансового менеджмента.

32.2. Основы управления финансовыми инструментами компании, основными и оборотными средствами.

32.3. Базовые модели и методы принятия решений при формировании финансовой стратегии и политики компании.

Уметь:

У2.1. Анализировать текущую финансовую отчетность и принимать обоснованные текущие управленческие решения в финансовой сфере.

У2.2. Оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на изменение стоимости компании.

Владеть:

В2.1. Техниками финансового планирования и прогнозирования.

В2.2. Методами финансового менеджмента для принятия решений по финансированию, формированию структуры капитала и дивидендной политики, управлению оборотным капиталом и пр., в том числе связанных с международными операциями в условиях глобализации.

Технологии формирования компетенции: лекционные и практические занятия, самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Экономические модели в управлении»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение и анализ экономико-математических моделей, их применение в ходе выработки управленческих решений.

Объектами изучения дисциплины являются экономические системы, микро- и макроэкономические процессы.

Основной целью изучения дисциплины «Экономические модели в управлении» является комплексное рассмотрение экономико-математических моделей и методов, их применения в микро-и макроэкономике.

Содержание дисциплины

Модуль 1. «Введение в экономико-математические модели и методы»

Модуль 2. «Модели и методы моделирования микроэкономики»

Модуль 3. «Модели и методы моделирования макроэкономики»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-7:

- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

31.1. принципы, закономерности и методы экономико-математического моделирования;

31.2. основные модели макроэкономических процессов;

31.3. основные микроэкономические модели, описывающие взаимодействие структурных и функциональных составляющих экономики;

31.4. процедуру разработки экономико-математических моделей и оценки их адекватности;

Уметь:

У1.1. осуществлять с помощью экономико-математических моделей анализ и прогнозирование экономических и финансовых процессов;

У1.2. оценивать параметры функционирования конкретного экономического объекта и формулировать рекомендации для принятия практических решений на основе экономико-математических моделей;

Владеть:

В1.1. навыками применения экономико-математических моделей для анализа экономических процессов.

В1.2. методологией постановки задачи моделирования и последующей оценки его результатов;

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, выполнение студентами самостоятельной, в том числе контрольной, работы.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Управление продуктом»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение основных функций, задач и особенностей управления жизненным циклом продукта на современном этапе экономического развития предприятий.

Объектами изучения дисциплины являются процесс управления жизненным циклом продукта, его роль в системе менеджмента предприятий и возможности использования маркетинговых методов управления жизненным циклом продукта в работе менеджера (маркетолога).

Основной целью изучения дисциплины «Управление продуктом» является формирование систематизированных знаний по основам управления жизненным циклом продукта, понимания будущим выпускником роли управления продуктом в практической деятельности предприятий, в системе их менеджмента и готовность к принятию более взвешенных управленческих решений в области продуктовой политики.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Понятие продукта и управление им»

Модуль 2 «Понятия и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия»

Модуль 3 «Сущность концепции жизненного цикла продукта»

Модуль 4 «Основные стадии жизненного цикла продукта, их характеристика»

Модуль 5 «Роль жизненного цикла продукта в формировании продуктовой политики предприятия»

Модуль 6 «Планирование и процесс разработки продукта»

Модуль 7 «Выведение продукта на рынок и способы его продвижения»

Модуль 8 «Особенности и процесс управления жизненным циклом продукта с использованием маркетинговых средств»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

Знать:

З1.1. Теоретические и практические аспекты управления жизненным циклом продукта;

З1.2. Место управления жизненным циклом продукта в системе менеджмента организации.

Уметь:

У1.1. Планировать операционную (производственную) деятельность организаций;

У1.2. Участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций.

Владеть:

В1.1. Навыками управления жизненным циклом продукта с учетом факторов внешней и внутренней среды в целях повышения эффективности продуктовой политики предприятия.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче зачета.

Компетенция ПК-8:

- владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Знать:

32.1. Методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Уметь:

У2.1. Проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений.

Владеть:

В2.1. Современными техническими средствами и информационными технологиями.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к сдаче зачета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Нейминг»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение нейминга как многостороннего процесса, который состоит из семантических, психологических, юридических и иных аспектов. Нейминг создает имя компании или торговой марки и содержит как правильное позиционирование, так и эффективную коммуникацию. Нейминг как составляющая часть процесса брендинга синтезирует культурологические, психологические, лингвистические и маркетинговые основы и способствует стимулированию потребительского спроса.

Объектами изучения дисциплины являются нейм (наименование), брендинг, бренд, уникальное имя.

Основной целью изучения дисциплины «Нейминг» является формирование знаний о нейминге как процесса разработки названия бренда для компании, товара или услуги, который является важнейшей частью маркетинговой стратегии компании и позиционирования бренда.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Нейминг как технология брендинга»

Модуль 2 «Особенности оценки нейминга»

Модуль 3 «Аспекты российского нейминга»

Модуль 4 «Процесс создания нейма»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-2:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Знать:

З1.1. Комплексные подходы в разработке бренда.

З1.2. Требования к имени торговой марки.

Уметь:

У1.1. Анализировать различные виды нейминга.

У1.2. Анализировать специфику российского нейминга.

Владеть:

В1.1. Принципами нейминга для разработки правильного названия бренда.

В1.2. Методиками по созданию нейминга продукта.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Эффективные технологии продаж»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение основных вопросов и проблем, связанных с эффективным управлением продажами во всех сферах этого вида деятельности.

Объектами изучения дисциплины являются системы продаж, их структура и функциональное наполнение, методические вопросы ее эффективной работы, стратегия и тактика управления системой продаж.

Основной целью изучения дисциплины «Эффективные технологии продаж» является овладение студентами системой знаний, направленных на разработку эффективной технологии продаж и совершенствование процесса продаж. В соответствии с поставленной целью материал дисциплины носит прикладной характер, обобщающий опыт зарубежных и российских специалистов и способствует освоению студентами эффективных методов и техник продаж.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные понятия в области продаж. Эволюция процесса продаж»

Модуль 2 «Основы технологии активных продаж»

Модуль 3 «Алгоритм переговорного процесса при заключении коммерческой сделки»

Модуль 4 «Управление взаимоотношениями с клиентами как основа эффективных продаж и современная концепция маркетинга»

Модуль 5 «Технология «Системный сбыт»

Модуль 6 «Технология «Партнерские продажи»

Модуль 7 «Технология «Клиентский канал»

Модуль 8 «Характеристика должности специалиста по продажам»

Модуль 9 «Управление персоналом отдела продаж»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-5:

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Знать:

З1.1. Базовые понятия современной технологии продаж;

З1.2. Особенности поведения покупателей в процессе купли-продажи на различных рынках;

З1.3. Технологии и инструментарий эффективных продаж.

Уметь:

У1.1. Выявлять потребности покупателей и осуществлять персональные продажи;

У1.2. Применять на практике полученные знания и навыки, эффективные приемы работы с клиентами;

У1.3. Принимать оптимальные коммерческие решения в области профессиональной деятельности.

Владеть:

В1.1. Специальной терминологией;

В1.2. Основными инструментами и техниками продаж;

В1.3. Навыками организации активных продаж.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа студента, выполнение контрольной работы, подготовка к зачету.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Информационные системы в экономике»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает информационные потоки, циркулирующие в информационных экономических системах, основные принципы построения экономических информационных систем, а также обработку экономической информации для решения задач в профессиональной области.

Объектами изучения в дисциплине являются информационные системы, методы их построения и анализа.

Основной целью изучения дисциплины «Информационные системы в экономике» создание представления об информационных системах; знакомство слушателей с основными понятиями и принципами организации информационных систем; знакомство слушателей с основными понятиями и принципами организации корпоративных информационных систем; знакомство слушателей с основными понятиями и принципами организации информационных систем в экономике; изучение основных принципов работы информационных систем; основные приемы работы в информационных системах; получение слушателями практических знаний по эффективному использованию информационных систем, практических навыков работы с различными информационными системами.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Понятие информационной системы. Информационные системы в экономике»

Модуль 2 «Этапы развития информационных систем. Процессы, обеспечивающие работу информационной системы. Основные свойства информационных систем. Преимущества внедрения информационных систем в сферу управления и бизнеса»

Модуль 3 «Структура информационной системы»

Модуль 4 «Классификации информационных систем»

Модуль 5 «Информационные системы в организации. Принципы внедрения информационных систем в организацию. Примеры информационных систем»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1. Особенности, структуру и принципы построения современных экономических информационных систем;

31.2. Основные функции и возможности экономических информационных систем, которые можно использовать для решения стандартных задач профессиональной деятельности.

Уметь:

У1.1. Уметь проводить анализ существующих экономических информационных систем, на предмет эффективности использования их для решения задач в профессиональной деятельности;

У1.2. Уметь формализовывать задачи прикладной области для повышения эффективности их решения с помощью экономических информационных систем.

Владеть:

В1.1. Владеть навыками эксплуатации экономических информационных систем в профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и лабораторных занятий.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриат)
Направленность (профиль) – Маркетинг
Дисциплина «Эконометрика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е, 108 часа
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение методов и способов обработки экономических данных для использования в практической и профессиональной деятельности.

Объектами изучения являются различные экономические явления и процессы деятельности фирм, предприятий, отрасли.

Основная цель изучения дисциплины — овладение современными эконометрическими методами обработки экономических данных для использования в практической и профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Предмет эконометрики. Эконометрическое моделирование. Линейная парная регрессия»

Модуль 2 «Линейная множественная регрессия. Нелинейные модели регрессии. Временные ряды»

Модуль 3 «Проверка статистических гипотез»

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

З1.1. Основные методы решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий.

Уметь:

У1.1. Применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования при решении профессиональных проблем.

Владеть:

В1.1. Навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Технологии формирования компетенции: лекции и выполнение лабораторных и практических работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Правовое регулирование в сфере интеллектуальной собственности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часов

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины: интеллектуальная собственность – закреплённое законом временное исключительное право, а также личные неимущественные права авторов на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации.

Объектами изучения дисциплины являются виды интеллектуальной собственности; результат интеллектуальной деятельности как объект интеллектуальной собственности и предмет защиты; содержание гражданско-правовых, административных и уголовных норм в области защиты интеллектуальной собственности; авторское право; товарный знак; коммерческое обозначение; договорное право.

Основной целью изучения дисциплины является приобретение студентами знаний, умений и навыков для осуществления деятельности в области правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Общие положения об охране прав на объекты интеллектуальной собственности»

Модуль 2 «Авторское и патентное право, охрана маркетинговых обозначений»

Модуль 3 «Способы защиты интеллектуальных прав»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-1:

- владение навыком поиска, анализа, использования нормативных и правовых документов в своей правовой деятельности.

Знать:

З1. Основные положения, понятия и категории законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности; основные нормы международного права в области защиты интеллектуальной собственности; содержание институтов права интеллектуальной собственности; основные виды правонарушений и юридической ответственности в сфере интеллектуальной собственности и авторских прав; основные подходы к принятию решений по выработке мер предупреждения правонарушений интеллектуальных прав в профессиональной деятельности.

Уметь:

У1. Самостоятельно принимать решения по применению правовых норм и правил защиты права интеллектуальной собственности; применять организационно-правовые механизмы защиты интеллектуальной собственности; пользоваться информационно-правовыми системами для правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности.

Владеть:

В1. Навыками совершения действий, связанных с реализацией юридических норм, по вопросам интеллектуальной собственности, а также правовой оценки действий субъектов правоотношений в области защиты результатов интеллектуальной деятельности.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий и практических занятий.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Исследование товарных рынков»

Общий объем и трудоемкость дисциплины – 4 з.е., 144 часа

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Предметная область дисциплины включает изучение и всесторонний анализ маркетингового исследования товарных рынков в рамках повышения эффективности организации предпринимательской, производственной и сбытовой деятельности хозяйствующих субъектов.

Объектами изучения дисциплины являются товарные рынки, маркетинговые исследования, сегментация рынка, товарная политика, конкуренция, оценка емкости и конъюнктуры.

Основной целью изучения дисциплины «Исследование товарных рынков» является формирование у студентов системы знаний о сущности исследований товарных рынков, факторах и показателях изучения и оценки рынков товарной продукции.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Характеристика и классификация рынков»

Модуль 2 «Методология исследования товарных рынков»

Модуль 3 «Конкурентоспособность товаров»

Модуль 4 «Сегментация рынка, выбор целевых сегментов позиционирование товара»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

З1.1. Основные характеристики, понятия, категории, законы, концепции, инструменты, классификацию товарных рынков.

З1.2. Структурные элементы рынка.

Уметь:

У1.1. Применять методы и инструменты маркетингового анализа для изучения различных сторон функционирования рынка и рыночной деятельности предприятия.

У1.2. Формулировать и принимать маркетинговые решения, направленные на обеспечение конкурентоспособности в деятельности организации.

Владеть:

В1.1. Навыками оценки качества и конкурентоспособности товаров.

В1.2. Методами количественной и качественной оценки емкости и потенциала рынка.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных и практических занятий, самостоятельная работа, контрольная работа.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриат)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Оценка прогрессивности технологического оборудования»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 2 з.е, 72 часа

Форма промежуточной аттестации – зачет

Предметная область дисциплины включает изучение вопросов формирования прогрессивной структуры технологического оборудования, обеспечивающих его выход на качественно новый уровень и определяющих экономический рост организаций.

Объектами изучения являются технологические процессы, технологическое оборудование, оценка их прогрессивных характеристик.

Основной целью изучения дисциплины — выявление наиболее эффективных направлений научно-технического прогресса, оптимальных темпов развития производства, овладение глубокими современными знаниями в области оценки прогрессивности технологического оборудования с учетом теоретических, технологических, технических и экологических аспектов, а также качественной и опережающей практической подготовки для решения конкретных производственных задач и перспективных вопросов.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Виды и структура технологического оборудования»

Модуль 2 «Понятие и сущность прогрессивного технологического оборудования и роль маркетинговых исследований в обновлении основных производственных фондов»

Модуль 3 «Роль маркетинговых исследований в определении перспектив технического развития предприятия»

Модуль 4 «Порядок составления паспортов на оборудование, инструкций по эксплуатации»

Модуль 5 «Влияние маркетинговых исследований на определение основных современных тенденции развития предприятий»

Модуль 6 «Роль маркетинговых исследований в оценке прогрессивности технологий»

Модуль 7 «Влияние и роль маркетинговых исследований в выявлении потребностей предприятия в новейших технологиях»

Модуль 8 «Роль маркетинговых исследований в технико-экономическом обосновании внедрения инноваций»

Модуль 9 «Значение маркетинговых исследований при выборе оптимального набора технологических компонентов для внедрения по критериям соответствия»

Модуль 10 «Роль маркетинговых исследований при оценке основных рисков при проведении инновационных мероприятий технологического развития предприятий»

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

З1.1. Методы оценки прогрессивности технологического оборудования.

Уметь:

У1.1. Осуществлять процесс оценки прогрессивности технологического оборудования.

Владеть:

В1.1. Навыками анализа результатов принятия решений по оценке прогрессивности технологического оборудования в процессе управления программой внедрения технологических изменений.

Технологии формирования компетенции: выполнение практических работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Инженерные основы прогрессивных технологий»

Общий объем и трудоемкость дисциплины -2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Предметная область дисциплины - организационно-управленческая деятельность в условиях производства.

Объектами изучения дисциплины являются основные теоретические и практические положения механообработки, технологические системы, проектирование технологических процессов механообработки.

Основной целью преподавания дисциплины является получение знаний, умений и навыков владения в вопросах проектирования, эксплуатации и анализа параметров прогрессивных технологий механообработки.

Содержание дисциплины

Модуль 1 «Основные характеристики производственных и технологических процессов в машиностроении». Типы машиностроительных производств, виды технологических процессов, их основные характеристики. Технологические процессы механообработки. Технологическая система. Задачи подготовки машиностроительного производства.

Модуль 2 «Разработка маршрутного технологического процесса обработки типовых деталей». Анализ исходных данных: технологичность конструкции детали, выбор заготовки для механообработки. Определение последовательности и числа технологических операций с выбором компонентов технологической системы. Типовой маршрут обработки деталей разных классов.

Планируемые результаты изучения дисциплины

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Знать:

31.1 все виды технологических процессов в производстве деталей, объём и содержание исходных данных для проектирования технологических процессов изготовления соответствующей продукции.

31.2 теоретические и практические основы разработки процессов механообработки, позволяющие участвовать в управлении проектом.

Уметь:

У1.1 разрабатывать технологические процессы и выбирать элементы технологической системы механообработки

У1.2 анализировать и обеспечивать характеристики точности и производительности изготовления деталей, необходимые для организационных изменений производства.

Владеть:

В1.1 методикой проектирования технологических процессов на машиностроительных предприятиях.

Технологии формирования компетенции: проведение лекционных занятий, выполнение практических и самостоятельных работ.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Цель учебной практики: формирование обучающимися первичных профессиональных умений и навыков на основе непосредственного участия в деятельности организаций и предприятий.

Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с основными видами управленческой деятельности;
- изучение правовой, социальной, психологической и иных сторон профессиональной деятельности;
- закрепление общих представлений студентов о значении менеджмента в хозяйственной практике организаций и предприятий;
- освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранному направлению подготовки;
- овладение основами управленческой культуры и этики;
- развитие навыков самостоятельной работы с разнообразными источниками информации, систематизации и презентации полученных выводов.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОК-3:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Знать:

31.1. Основы экономической теории, экономики предприятия, теории менеджмента.

Уметь:

У1.1. Самостоятельно применять основы теоретических экономических и управленческих знаний для выполнения поставленных в учебной практике задач.

Владеть:

В.1.1. Культурой экономического мышления, способностью к обобщению и анализу, навыками системного подхода к исследованию управленческой ситуации.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ОПК-1:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

Знать:

32.1. Важнейшие источники права в сфере будущей профессиональной деятельности.

Уметь:

У2.1. Находить и применять необходимые нормативно-правовые документы в своей профессиональной деятельности.

Владеть:

В2.1. Базовыми навыками поиска, анализа и применения нормативных и правовых актов в своей профессиональной деятельности.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Цель производственной практики: формирование у обучающихся профессиональных умений и получение ими опыта профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики:

- ознакомление обучающихся со спецификой работы организации, ее структурой, основными функциями управленческих и производственных подразделений;
- формирование у студентов навыков практической работы посредством участия в повседневной деятельности служб и подразделений организации;
- ознакомление с организацией финансового управления, планирования и правилами документального оформления организационно-управленческих решений.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-5:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

Знать:

31.1. Основные финансовые показатели деятельности организаций и формы финансовой отчетности.

Уметь:

У1.1. Анализировать и интерпретировать финансовые результаты деятельности организаций.

Владеть:

В.1.1. Навыками составления финансовой отчетности организаций на основе использования корпоративных информационных систем и методов обработки деловой информации.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ОПК-6:

- владение методами принятия решения в операционной (производственной) деятельности организаций.

Знать:

32.1. Виды управленческих решений и методы их принятия.

Уметь:

У2.1. Планировать операционную деятельность организаций и оценивать риски принимаемых решений.

Владеть:

В2.1. Методами разработки стратегий на уровне бизнес-единицы.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-8:

- владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Знать:

З2.1. Правила документального оформления управленческих решений в сфере операционной деятельности организации.

Уметь:

У2.1. Документировать оформление управленческих решений при внедрении технологических и продуктовых инноваций, организационных изменений.

Владеть:

В2.1. Базовыми навыками документального оформления организационно-управленческих решений при внедрении инноваций или организационных изменений.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Производственная (профессиональная) практика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Цель производственной (профессиональной) практики: совершенствование профессиональных умений и навыков обучающихся.

Задачи производственной (профессиональной) практики:

- совершенствование навыков ведения деловых коммуникаций, в том числе в электронной среде;
- изучение методов инновационного менеджмента в компании, создания и внедрения продуктовых инноваций, осуществления организационных изменений;
- развитие навыков управления человеческими ресурсами и командообразования;
- совершенствование навыков проектирования и принятия организационно-управленческих решений.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-2:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Знать:

З1.1. Основные модели, методики и принципы разработки и принятия организационно-управленческих решений.

Уметь:

У1.1. Проектировать организационно-управленческие решения, оценивать их социальную значимость и определять ответственность за их реализацию.

Владеть:

В.1.1. Инструментами контроля процесса реализации выбранного решения и способностью нести за него ответственность с позиций его социальной значимости.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ОПК-4:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Знать:

З2.1. Основные правила делового общения, техники эффективного ведения переговоров.

Уметь:

У2.1. Применять знания в области деловых коммуникаций в процессе осуществления профессиональной деятельности.

Владеть:

В2.1. Навыками осуществления электронных коммуникаций и публичных выступлений.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-1:

- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации

групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования групп.

Знать:

32.1. Основные теории лидерства и власти, мотивации, процессы групповой динамики и принципы формирования групп.

Уметь:

У2.1. Организовывать командное взаимодействие и разрабатывать предложения по его совершенствованию.

Владеть:

В2.1. Способностью эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и приемов формирования команды; современными технологиями управления человеческими ресурсами.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-6:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Знать:

32.1. Виды инноваций, этапы их внедрения и особенности управления инновационной деятельностью в организации.

Уметь:

У2.1. Прогнозировать и планировать внедрение технологических и продуктовых инноваций, организационных изменений.

Владеть:

В2.1. Базовыми навыками разработки продуктовых инноваций и организационных изменений.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль) – Маркетинг

Дисциплина «Преддипломная практика»

Общие объем и трудоемкость дисциплины – 3 з.е., 108 часов

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Цель преддипломной практики: закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в период обучения в вузе и практических навыков, приобретенных во время прохождения предыдущих видов практики.

Задачи преддипломной практики:

- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков в области планирования, подготовки, организации и реализации маркетинговой деятельности, полученных в процессе теоретического обучения;
- закрепление практических навыков решения управленческих задач, возникающих в деятельности предприятий и организаций в различных сферах;
- ознакомление и усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач в сфере менеджмента и маркетинга;
- сбор, обработка и обобщение информации по теме выпускной квалификационной работы. Собранные в процессе практики материалы составляют фактическую основу для написания ВКР и используются затем при написании практической части работы.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция ОПК-7:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

31.1. Методы решения стандартных задач управленческой и маркетинговой деятельности на основе применения ИКТ.

Уметь:

У1.1. Применять информационные технологии для решения стандартных задач управленческой и маркетинговой деятельности.

Владеть:

В.1.1. Методами безопасного использования Интернет-технологий в маркетинге.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-3:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Знать:

32.1. Основные стратегии организации и принципы их разработки.

Уметь:

У2.1. Применять результаты маркетинговых исследований при разработке конкурентных стратегий организаций.

Владеть:

В2.1. Методами стратегического анализа внутренней и внешней среды маркетинговой деятельности организации.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-7:

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Знать:

33.1. Методологические основы разработки бизнес-планов.

Уметь:

У1.1. Выполнять расчеты, необходимые для бизнес-планирования маркетинговой деятельности.

Владеть:

В1.1. Методическим инструментарием реализации управленческих решений в области функционального менеджмента.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.

Компетенция ПК-8:

- владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Знать:

34.1. Правила составления и оформления документов, возникающих в управленческой и маркетинговой деятельности организаций.

Уметь:

У4.1. Документально оформлять решения при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

Владеть:

В4.1. Навыками документального оформления организационно-управленческих решений.

Технологии формирования компетенции: использование и интеграция на практике теоретических знаний и практических умений, подготовка и защита отчета.