

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «История»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; систематизировать знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в том числе защите национальных интересов России;
- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса, места человека в историческом процессе, политической организации общества;
- воспитание нравственности, морали, толерантности;
- понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;
- способность работы с разноплановыми источниками; способность к эффективному поиску информации и критике источников;
- получение навыков исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- формирование творческого мышления, самостоятельности суждений, интереса к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «История» относится к базовой части Блока 1 Модуля 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

Дисциплина «История» в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования является федеральным компонентом базовой части и обязательной для изучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «История» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-5.2: способен выявлять причины межкультурного разнообразия общества, культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса с учетом исторически сложившихся форм государственной, общественной, религиозной и культурной жизни и знаний этапов исторического развития России в контексте мировой истории.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность, формы и функции исторического знания

Тема 2. Формирование основных институтов человеческого общества и древнейших цивилизаций

Тема 3. Истоки российской цивилизации. Киевская Русь

Тема 4. Государства Западной Европы и Востока в Средние века

Тема 5. Складывание Российского государства (XIII–XV вв.)

Тема 6. Становление современной европейской цивилизации

Тема 7. Россия в XVI–XVII вв.

Тема 8. Преобразование традиционного общества и государства в XVIII в. в странах Европы и Северной Америки

Тема 9. Модернизация России в XVIII в.

Тема 10. Мир в XIX в.

Тема 11. Российская цивилизация в XIX в.

Тема 12. Мир в Новейшее время. Кризис Западной цивилизации в первой половине XX в.

Тема 13. Россия в начале XX века: проблема исторического выбора

Тема 14. Советское государство в межвоенный период (1918–1941 гг.)

Тема 15. Вторая мировая война и послевоенное устройство мира

Тема 16. Советское государство во второй половине XX века

Тема 17. Россия и мир во второй половине 80-х гг. XX в.–начале XXI в

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 4 зачетные единицы (144 часа)

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «История и культура народов КБР»

2. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью дисциплины «История и культура народов КБР» является формирование у студентов наиболее полных представлений об основных этапах истории кабардинцев, балкарцев и других народов, проживающих в Кабардино-Балкарской Республике; о сущности культуры, ее роли в жизни общества, материальной и духовной кабардинцев и балкарцев в прошлом и настоящем.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать у обучающихся навыки понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, места человека в историческом процессе;
- сформировать у обучающихся цельный образ истории народов КБР с пониманием ее специфических проблем;
- сформировать у обучающихся необходимый минимум знаний по проблемам культурного развития кабардинцев и балкарцев, взаимосвязи среды обитания народов с их культурой;
- дать обучающимся необходимые знания по вопросам феномена «адыгэ хабзэ» (адыгского этикета), тау адет (балкарского этикета), и их роли в жизни народов;
- рассмотреть традиционные общественные институты кабардинцев и балкарцев, их функций и религиозных верований в различные исторические эпохи;
- раскрыть и изучить с обучающимися проблемы становления и развития «высокой профессиональной» культуры – народного образования, науки, литературы, искусства, языка народа.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «История и культура народов КБР» относится к базовой части социально-гуманитарного модуля Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «История и культура народов КБР» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Происхождение и этнокультурные связи адыгов.

- Тема 2. Происхождение и ранняя этническая история балкарцев и карачаевцев.
Тема 3. Центральный и Северо-Западный Кавказ в XIII-XV вв.
Тема 4. Общественные отношения и политический строй Кабарды и Балкарии в XVI – первой половине XIX вв.
Тема 5. Кабарда и Балкария в системе кавказской политики России и международных отношений в XVI-XVIII вв.
Тема 6. Кавказская война и ее трагические последствия.
Тема 7. Буржуазные реформы в Кабарде и Балкарии в 60-70-е гг. XIX в.
Тема 8. Кабардино-Балкария в 1917-1941 гг.
Тема 9. Кабардино-Балкария в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.).
Тема 10. Кабардино-Балкария в условиях послевоенного восстановления и дальнейшего развития народного хозяйства страны 1945-1964 гг.
Тема 11. Кабардино-Балкария во второй половине 60-х – начале 90-х гг. XX в.
Тема 12. Культура жизнеобеспечения кабардинцев и балкарцев.
Тема 13. Религиозные верования адыгов и балкарцев.
Тема 14. Семья и семейный быт кабардинцев и балкарцев. Формы искусственного родства.
Тема 15. Этикет адыгов и балкарцев.
Тема 16. Этнопедагогика кабардинцев и балкарцев.
Тема 17. Народное образование Кабарды и Балкарии во 2-й половине XIX – начале XX века.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (144 часов).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Правоведение»

3. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - дать представление об особенностях правового регулирования будущей профессиональной деятельности; раскрыть особенности функционирования государства и права в жизни общества; дать представление об основных правовых системах современности; определить значение законности и правопорядка в современном обществе; познакомить с основополагающими жизненно-важными положениями действующей Конституции Российской Федерации - основного закона государства; показать особенности федеративного устройства России и системы органов государственной власти Российской Федерации; дать базовые знания (представления) по основным отраслям российского законодательства, особенно по тем, с которыми любой гражданин сталкивается в своей повседневной жизни: гражданскому праву, трудовому праву, семейному праву.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- умение правильно понимать государственно-правовые явления;
- выработать ценностные жизненные ориентации, основанные на приоритете прав и свобод личности;
- привить практические навыки работы с конституционным, гражданским, административным и трудовым законодательством Российской Федерации;
- обучить студентов правильной ориентации в конституционном, гражданском административном и трудовом праве Российской Федерации, его применению в повседневной жизни и в практической работе;
- развить способность к юридически грамотным действиям в последующей повседневной жизни и профессиональной деятельности;
- развить способности работы с разноплановыми источниками; способность к эффективному поиску информации и критике источников.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Правоведение» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль: Государственная и муниципальная служба. Изучение дисциплины «Правоведение» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения следующих дисциплин: «История», «Философия», «Теория государства и права», «Конституционное право», «Административное право», «Муниципальное право», «Гражданское право», «Уголовное право», «Семейное право» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Правоведение» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-2.1: способен, применяя действующие правовые нормы, осуществлять юридически грамотные действия для определения круга задач и выбора способа их решения в рамках поставленной цели
- УК-11.1: способен анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней
- УК-11.2: способен планировать, организовать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе
- УК-11.3: способен соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основы теории государства и права

Тема 2. Основы конституционного права

Тема 3. Основы гражданского права

Тема 4. Основы трудового права

Тема 5. Основы семейного права

Тема 6. Основы административного права

Тема 7. Основы уголовного права

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ФИЛОСОФИЯ

1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Философия» является сформирование у студентов представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования.

Задачами освоения дисциплины «Философия» являются:

- знание философских теорий системного подхода и методов анализа и синтеза: философских концепций общества, истории и культуры, общее и особенное в различных обществах и культурах, закономерности развития обществ и культур.
- умение применять философские теории системного подхода и методов анализа и синтеза: применять философские знания в межкультурной коммуникации.
- владение навыками применения философских теорий системного подхода и методов анализа и синтеза в профессиональной деятельности; навыками общения в мире культурного многообразия.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина относится к базовой части Блока 1. Философское знание выступает в качестве основы рационального мировоззрения личности, а также формирует базовые элементы научно-познавательной деятельности человека. Усвоение основ философии – залог эффективного изучения всех других научных дисциплин

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины бакалавр должен обладать следующими универсальными компетенциями:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); УК-1.1 Способен применять системный подход и методы анализа и синтеза в научно-познавательной деятельности
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5); УК-5.1 - Способен понимать и принимать диалектику единства и многообразия культур.

4. Содержание дисциплины:

Философия, ее предмет и место в культуре. Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии. Философская онтология. Теория познания. Философия и методология науки. Социальная философия и философия истории. Философская антропология.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Формы аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Русский язык и культура речи»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» является формирование и развитие языковой, коммуникативной (речевой) и общекультурной компетенций, необходимых будущему специалисту в сфере профессиональной коммуникации.

Задачи дисциплины «Русский язык и культура речи»:

- углубленное изучение коммуникативных качеств русского литературного языка;
- усвоение лингвистических особенностей функциональных стилей русского языка;
- определение специфики профессиональной речи;
- овладение речевой культурой в деловом общении;
- ознакомление спецификой составления и оформления документов в деловом общении;
- овладение культурой несловесной речи;
- ознакомление с культурой публичного выступления

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Русский язык и культура речи» входит в «Коммуникативный модуль» базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули). Обязательная часть» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Освоение дисциплины «Русский язык и культура речи» взаимосвязано с изучением дисциплин «Родной язык», «Иностранный язык».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

В совокупности с другими дисциплинами «Менеджмент», профиля «Маркетинг» дисциплина «Русский язык и культура речи» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) направлена на

формирование универсальной компетенции и индикаторов достижения компетенций:

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен воспринимать и создавать устную и письменную речь в сфере деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации (УК-4.1);
- способен воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на родном языке (УК-4.3).

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Язык и культура речи.

Тема 2. Коммуникативные качества речи. Правильность речи. Норма. Виды норм.

Тема 3. Коммуникативные качества речи. Точность речи.

Тема 4. Коммуникативные качества речи. Логичность речи.

Тема 5. Коммуникативные качества речи. Чистота речи.

Тема 6. Коммуникативные качества речи. Выразительность речи.

Тема 7. Коммуникативные качества речи. Богатство языка и речи.

Тема 8. Коммуникативные качества речи. Уместность речи. Доступность речи.

Тема 9. Система функциональных стилей литературного языка.

Тема 10. Культура речи и публичное выступление.

Тема 11. Деловая речь в профессиональной коммуникации.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Родной язык (русский)»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель обучения – это формирование и развитие коммуникативной языковой компетенции экономиста как участника профессионального общения на русском языке, а также активизация навыков успешной коммуникации, совершенствование их знаний по русскому языку и повышение уровня культуры речи.

Учитывая главную цель обучения, определены **задачи**:

- 1) повышение общей культуры речи, уровня орфографической, пунктуационной и стилистической грамотности;
- 2) формирование и развитие необходимых знаний о языке и профессиональном общении в российской и мировой практике;
- 3) формирование навыков и умений в области деловой и научной речи, написания и защиты учебно-научной работы;
- 4) достижение адаптивной активности в межнациональном общении с учетом интернационального контингента вуза.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Родной язык» относится к дисциплинам базовой части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, Профиль подготовки Маркетинг. Дисциплина «Родной язык» нацелена прежде всего на повышение уровня практического владения современным русским литературным языком. Учебный курс призван помочь обучающимся совершенствовать навыки незатруднённого владения языком в различных ситуациях общения (в официально-деловой, юридически-правовой, научной, политической, социально-государственной, публицистической, бытовой и т.д.), что необходимо любому специалисту для успешной коммуникации и плодотворной профессиональной деятельности.

Курс Б1.Б.02.02 «Родной язык» рассчитан на 70 аудиторных часа (практических) и

38 часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами направления подготовки 38.03.02 Менеджмент дисциплина «Родной язык (русский)» направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, Профиль подготовки «Маркетинг»:

Универсальные компетенции (УК):

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.3 Способен воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на родном языке

4.Содержание дисциплины (модуля)

1. Русский язык: ретроспектива и современное состояние

2. Лингвистические знания: орфография

3.Лингвистические знания: синтаксис и пунктуация

4.Культура речи. Коммуникативные качества

5. Система функциональных стилей литературного языка

5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Родной язык»(кабардинский)

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа дисциплины составлена на основе требований ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Предназначена для студентов очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» (первый, второй семестры).

1.1. Основная цель – Цель и задачи освоения дисциплины

«Родной язык» нацелен на повышение уровня практического владения современным кабардинским литературным языком специалистов нефилологического профиля в разных сферах функционирования языка, в письменной и устной его разновидностях; формирование у студентов основных навыков, которые должен иметь профессионал любого профиля для успешной работы по своей специальности и каждый член общества для успешной коммуникации в различных сферах: бытовой, правовой, научной, политической, социально - государственной и профессиональной. Целью обучения является корректировка имеющихся знаний и умений студентов по родному языку, формирование культуры общения на родном языке в разных сферах деятельности (профессиональной и культурной), углубление знаний по стилистике родного языка и знакомство с культурой делового общения. В связи с этим программа курса построена на концентрическом подходе, с усилением внимания на такие виды речевой деятельности, как говорение, аудирование, чтение.

1.2. Задачи изучения дисциплины: повышение уровня практического владения современным кабардинским литературным языком у специалистов нефилологического профиля; достижение высокой коммуникативной компетенции и общего интеллектуального развития студентов; воспитание культурно - ценностного отношения к родному языку; совершенствование речевой культуры путём обогащения словарного запаса; полное и осознанное владение системой норм кабардинского литературного языка; углубление знаний о языковых единицах разных уровней (фонетического, лексико-фразеологического и т.д.) и их функционировании в речи; развитие навыков продуцирования грамотных, логически связных, правильно сконструированных текстов на

разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями; формирование мотивации дальнейшего самостоятельного овладения речевыми навыками и умениями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Родной язык» относится к базовой части модуля «История, культура и языки народов КБР» Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Изучение родному языку проводится с учетом первоначальной подготовки студентов, а также с учетом их профессиональной направленности, современных требований культуры речи и национальных традиций общения в полиэтнической республике. Данная программа ориентирована на коммуникативно-деятельный, социокультурный подход.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Родной язык» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): **Универсальных компетенций и индикаторов (УК):**

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.3 Способен воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на родном языке

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Сведения о кабардинцах и кабардинском языке

Общая характеристика лексикологии кабардино-черкесского языка

Культура речи адыгов

Адыгские просветители и общественные деятели

Терминология адыгских обычаев

Фольклор

Культура

Спорт

Этикет и современный язык

5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 часов

6. Форма контроля: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Родной язык» (балкарский)

1. Цели и задачи дисциплины

Основная цель – качественное повышение уровня речевой культуры; развитие навыков эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения; расширение общегуманитарного кругозора.

Задачи изучения дисциплины:

- повышение общей культуры речи, уровня орфографической, пунктуационной и стилистической грамотности;
- формирование и развитие необходимых знаний о карачаево-балкарском языке и профессиональном общении;
- формирование навыков и умений в области бытовой, деловой и научной речи;
- показать богатые выразительные возможности карачаево-балкарского языка;
- выработать навыки создания точной, логичной, выразительной речи;

- сформировать коммуникативную компетенцию, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациями общения; научить умелому использованию приемов оптимизации всех видов речевой деятельности;
- расширить активный словарный запас студентов; развить лингвистическое мышление и коммуникативную культуру;
- научить пользоваться различными словарями и справочниками.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина относится к базовой части Блока Б 1 основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся на занятиях по балкарскому языку в средней общеобразовательной школе.

Данная учебная дисциплина связана с курсом «История и культура народов КБР»

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Универсальные компетенции (УК):

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.3 Способен воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на родном языке

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Фонетическая система карачаево-балкарского языка
 2. Фонетические сегменты карачаево-балкарского языка.
 3. Лексикология карачаево-балкарского языка. Семантическая структура слова.
 4. Заимствованная лексика карачаево-балкарского языка. Лексика карачаево-балкарского языка с точки зрения ее стилистической дифференциации. Фразеология.
 5. Карачаево-балкарская историческая лексика.
 6. Морфология карачаево-балкарского языка
- 5. Общая трудоемкость дисциплины:** 4 зачетные единицы, 144 часа
- 6. Форма контроля:** зачет, экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Иностранный язык (английский)» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования. Целями освоения дисциплины являются повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в бытовой и профессиональной сферах общения, при взаимодействии с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачами освоения дисциплины «Иностранный язык (английский)» являются освоение навыков устной и письменной речи, навыков общения на иностранном языке, навыков восприятия на слух и использования приобретенных знаний в процессе бытового общения и профессиональной деятельности и для дальнейшего самостоятельного изучения иностранного языка. Также приобретение навыков владения различными стратегиями зрелого чтения, умения усваивать новый языковой и предметный информационный материал и умения использовать информацию из иноязычных источников в научно-исследовательской и профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина относится к базовой части программы бакалавриата и является обязательной.

На занятиях по английскому языку затрагиваются разнообразные аспекты, однако специфика специальности требует приоритетного внимания к определенной профессионально-ориентированной тематике.

Система обучения студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент» дисциплине «Иностранный язык (английский)» тесно связана с основами компьютерной грамотности, информационными системами и компьютерными технологиями. Это обеспечивает практическую направленность и соответствующий уровень использования английского языка в профессиональной деятельности

3. Требования к результатам освоения дисциплины

При изучении дисциплины особый акцент сделан на реализацию компетентностного подхода, предусматривающего использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, разбор конкретных ситуаций, групповых дискуссий).

Учебная дисциплина «Иностранный язык (английский)» обеспечивает формирование универсальной компетенции и индикатора:

УК-4 - способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК- 4.2 - способен осуществлять перевод и анализ профессионально-ориентированного текста, вести деловую переписку, диалог и дискуссию на иностранном языке

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. My home, my family, my friends
2. Holidaymaking
3. Education and student life
4. Superlative cities
5. Sport
6. Speaking English
7. Management.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 8 зачетных единиц, 288 часов

6. Форма контроля: зачет, экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура и спорт»

Цель дисциплины «Физическая культура и спорт» состоит в формировании мировоззрения и культуры личности, обладающей гражданской позицией, нравственными качествами, чувством ответственности, самостоятельностью в принятии решений, инициативой, толерантностью, способностью успешной социализации в обществе, способностью использовать разнообразные формы физической культуры и спорта в повседневной жизни для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких, семьи и трудового коллектива для качественной жизни и эффективной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины направлены на: 1. Обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности. 2. Формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями. 3. Овладение системой специальных знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, формирование компенсаторных процессов, коррекцию имеющихся отклонений в состоянии здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, формирование профессионально значимых качеств и свойств личности. 4. Адаптацию организма к воздействию умственных и физических нагрузок, а также расширение функциональных возможностей физиологических систем, повышение сопротивляемости защитных сил организма. 5. Овладение методикой формирования и выполнения комплекса упражнений оздоровительной направленности для самостоятельных занятий, способами самоконтроля и при выполнении физических нагрузок различного характера, правилами личной гигиены, рационального режима труда и отдыха. 6. Овладение средствами и методами противодействия неблагоприятным факторам и условиям труда, снижения утомления в процессе профессиональной деятельности и повышения качества результатов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Физическая культура и спорт» входит в базовую часть учебного плана.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки: знания анатомии человека, физической культуры как средства укрепления здоровья, умения владеть своим телом, навыки формирования физических качеств, освоенные в курсе средней общеобразовательной школы или среднем профессиональном образовательном учреждении; в курсе прикладной физической культуры.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих универсальных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО:

универсальными компетенциями (УК):

- способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);
- способен планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности (УК-7.1);
- Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и профессиональной деятельности (УК-7.3).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Физическая культура в профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры
2. Основы здорового образа жизни. Физическая культура в обеспечении здоровья.
3. История становления и развития Олимпийского движения. Универсиады. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский Физкультурно-спортивный комплекс.
4. Умственная и физическая работоспособность студента. Средства физической культуры и спорта в регулировании работоспособности

5. Мотивация в сфере физической культуры и спорта. Проблемы формирования мотивации у студентов к занятиям физической культурой и спортом
6. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений
7. Методические основы проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями. Основы самоконтроля студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом
8. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов
- 5. Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.**
- 6. Форма контроля: зачет**

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины « Безопасность жизнедеятельности » является формирование теоретических знаний и практических умений , навыков защиты персонала ,населения и территорий от воздействия негативных факторов техносферы , чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера ; оказания первой помощи в экстремальных и чрезвычайных ситуациях ; создание комфортных условий жизнедеятельности и обеспечение безопасности человека в современных условиях.

Задачами дисциплины является: идентификация, анализ опасностей и негативных факторов техносферы и среды обитания в рамках осуществляемой деятельности; профилактика идентифицированных опасностей на основе сопоставления затрат и выгод , и оценка риска их реализации; действия в условиях экстремальных и чрезвычайных ситуациях

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП .

Дисциплина “Безопасность жизнедеятельности “ входит в обязательную часть Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана направления подготовки 38.03.02. Менеджмент, направленность (профиль) – « Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина « Безопасность жизнедеятельности» направлена на формирования следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент :

- способен создавать и поддерживать повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества ,в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК – 8):

- способен идентифицировать, анализировать вредные факторы и опасности техносферы и среды обитания, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера для создания комфортных условий жизнедеятельности в рамках осуществляемой деятельности (УК-8.1);

Способен разъяснять правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказывать первую помощь, описывать способы участия в восстановительных мероприятиях (УК-8.2)

4. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теоретические основы БЖД

Раздел 2. Человек в мире опасности

Раздел 3. Негативные факторы в техносфере

Раздел 4. Экстремальные и чрезвычайные ситуации

Раздел 5. Защита персонала и населения в чрезвычайных ситуациях.

Раздел 6. Управление и правовое регулирование безопасности жизнедеятельности

Раздел 7. Первая помощь в экстремальных и чрезвычайных ситуациях.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы, 108 часов.

6. Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект»

2. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью изучения дисциплины «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект» является формирование компетенций, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых и информационно-коммуникационных технологий, ресурсов сети Интернет, в решении задач академической и будущей профессиональной деятельности. Наряду с практической целью, дисциплина реализует и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора обучающихся, повышению их общей культуры, образованности и ответственности.

Задачи дисциплины «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект»:

- формирование представлений о месте и роли современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и сквозных цифровых технологий, в процессах развития общества;

- формирование практических навыков использования цифровых и информационно-коммуникационных технологий в качестве инструментов (средств) решения задач учебно-познавательной и будущей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект» относится к модулю «Цифровые технологии и системы искусственного интеллекта» обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Освоение дисциплины «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект» необходимо для освоения дисциплин «Современные офисные информационные технологии», «Компьютерный практикум», «Информационные системы менеджмента», прохождения ознакомительной и преддипломной практики, подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата):

Код и наименование компетенций выпускника

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

УК-1.2. Способен осуществлять поиск алгоритмов решения проблемной ситуации на основе доступных источников информации с применением современных информационных и коммуникационных средств и технологий.

УК-4.4. Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в рамках межличностного, профессионального и межкультурного взаимодействия.

ОПК-5.2. Способен оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач.

ОПК-6.1. Способен анализировать принципы работы современных цифровых и информационно-коммуникационных технологий.

ОПК-6.2. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением современных цифровых и информационно-коммуникационных технологий.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Цифровая экономика, цифровизация и цифровая трансформация бизнеса.

Тема 2. Компьютерные и мультимедиа-технологии

Тема 3. Облачные и мобильные технологии

Тема 4. Интернет-грамотность

Тема 5. Информационная безопасность

Тема 6. Информационная гигиена и цифровая этика

Тема 7. Сквозные цифровые технологии: искусственный интеллект и блокчейн-технологии

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Информационные системы менеджмента»

4. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью учебной дисциплины «Информационные системы менеджмента» является формирование основополагающих представлений о законах, принципах и механизмах построения и развития информационных систем и технологий в менеджменте.

Задачами дисциплины является изучение основных теоретических вопросов и рассмотрение существующего российского и зарубежного практического опыта по созданию, функционированию и развитию информационных систем и технологий, используемых в менеджменте.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Программа учебной дисциплины входит в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, умения и компетенции, сформированные при изучении дисциплины «Цифровые информационно-коммуникационные технологии и искусственный интеллект». Полученные в процессе обучения знания и умения могут быть использованы при изучении таких дисциплин как: «Финансовый и управленческий учет»; «Экономический анализ», «Финансовый менеджмент».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Информационные системы менеджмента» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

- способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ (ОПК-5):

понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментальный анализа данных на базовом уровне (ОПК-5.1);

способен оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач (ОПК-5.2).

4. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Общие понятия о информационных технологиях в менеджменте

Раздел 2. Прикладные вопросы применения информационных технологий в менеджменте

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетных единицы (144 часов).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Б1.О.05.01 «Высшая математика»

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Целью изучения дисциплины являются теоретическая и практическая подготовка будущих выпускников в области математики, необходимой для грамотной математической формулировки любых технических или социально-экономических задач; выбора математического аппарата для их моделирования и решения; умения анализировать полученные результаты и использовать их в своей практической профессиональной деятельности в решении технических, управленческих, исследовательских и экономических задач.

Изучение дисциплины «Высшая математика» способствует решению следующих задач:

- развитие логического и алгоритмического мышления студента;
- выработка умения моделировать реальные финансово-экономические процессы;
- освоение приемов исследования и решения математически формализованных задач,
- выработка умения анализировать полученные результаты,
- развитие навыков самостоятельного изучения научной литературы по математике и ее приложениям.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.

В структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» дисциплина «Высшая математика» относится к первому блоку и принадлежит обязательной части.

В результате освоения данной дисциплины, полученные знания будут необходимы как предшествующие при изучении дисциплин «Теория вероятностей и математическая статистика», «Методы оптимальных решений», «Статистика» и других естественнонаучных дисциплин.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

обще профессиональных (ОПК):

- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК-2).

4. Содержание дисциплины.

Раздел 1. Элементы линейной и векторной алгебры.

Раздел 2. Комплексные числа.

Раздел 3. Введение в анализ. Дифференциальное исчисление.

Раздел 4. Интегральное исчисление.

Раздел 5. Функции нескольких переменных.

Раздел 6. Дифференциальные уравнения.

5. Общая трудоемкость дисциплины - 7 зачетных единиц (252 часа)

6. Форма контроля – зачет (1 семестр), экзамен (2 семестр).

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Б1.Б.02.03 «Теория вероятностей и математическая статистика»

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Целями освоения дисциплины «Теория вероятностей и математическая статистика» являются:

- получение базовых знаний и формирование основных навыков по теории вероятностей и математической статистике, необходимых для решения задач, возникающих в практической экономической деятельности;
- развитие понятийной теоретико-вероятностной базы и формирование уровня алгебраической подготовки, необходимых для понимания основ экономической статистики и ее применения.

Задачи освоения дисциплины «Теория вероятностей и математическая статистика»:

- овладеть основными математическими понятиями курса;
- уметь использовать теоретико-вероятностный и статистический аппарат для решения теоретических и прикладных задач экономики, уметь решать типовые задачи;
- иметь навыки работы со специальной математической литературой.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.

В структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» дисциплина «Теория вероятностей и математическая статистика» относится к модулю «Экономическая математика и статистика» обязательной части Блока 1.

В результате освоения данной дисциплины, полученные знания будут необходимы как предшествующие при изучении дисциплин «Финансовый и управленческий учет», «Статистика» и других дисциплин.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки: общепрофессиональных (ОПК):

- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК-2).

4. Содержание дисциплины.

1. История возникновения и развития предмета. Случайные события. Вероятность события
2. Случайные события. Теоремы сложения и умножения
3. Случайные величины и основные законы распределения
4. Числовые характеристики и их свойства. Основные законы распределения. Случайные функции

5. Закон больших чисел
6. Задачи и основные понятия математической статистики
7. Вариационный ряд и его характеристики
8. Точечные и интервальные оценки
9. Статистическая гипотеза. Нулевая и конкурирующая гипотеза
10. Модель корреляционного анализа
11. Модель регрессионного анализа

5. Общая трудоемкость дисциплины – 4 зачетных единиц (144 часа)

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Статистика»

5. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - освоение теоретических знаний о понятиях и методах статистической науки, развитие практических навыков использования статистических методов для решения задач, возникающих в профессиональной деятельности.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать представление о месте и роли статистики в современном мире;
- знать систему понятий, используемых для описания важнейших экономических моделей и раскрытие взаимосвязи этих понятий;
- сформировать умение использовать методы статистического исследования для решения профессиональных задач;
- сформировать навыки статистического исследования явлений и процессов, связанных с государственным и муниципальным управлением;
- развить умения и навыки самостоятельной работы, организации исследовательской работы.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Статистика» относится к дисциплинам модуля «Математика и статистика» базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Статистика» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-2.2: способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных на основе применения вероятностных и статистических методов для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
- ОПК-5.1: понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментарий анализа данных на базовом уровне

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в статистику

Тема 2. Статистическое наблюдение

Тема 3. Сводка и группировка статистических данных

Тема 4. Графики и диаграммы

Тема 5. Статистические величины и показатели вариации

Тема 6. Выборочное наблюдение

Тема 7. Индексы

Тема 8. Ряды динамики

Тема 9. Статистические методы изучения взаимосвязей между экономическими явлениями

Тема 10. Основы социально-экономической статистики

Тема 11. Статистика населения. Статистика трудовых ресурсов и рынка труда

Тема 12. Статистическая методология национального счетоводства

Тема 13. Статистика финансов

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория организации»

Рабочая программа дисциплины «Теория организации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08. 2020 г. N 970.

1.Цель курса изучения дисциплины:

– получение студентами теоретических знаний и практических навыков организаторского мышления и умения строить сначала простые, а затем все более сложные системы и бизнес-процессы.

Основными задачами курса являются:

- реализация требований установленных в Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования последнего поколения к подготовке бакалавров направления 38.03.02 – Менеджмент.

В ходе изучения дисциплины решаются следующие теоретические, познавательные и практические **задачи**:

- формирование мышления, основанного на анализе управленческих решений с позиции организационных отношений;

- овладение навыками разработки системных концепций, выявления скрытых резервов организации в области управления;

- совершенствование менеджмента компании на основе системного подхода, применение законов и принципов теории организации.

- освоение передового опыта, накопленного в данной области знаний.

2.Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

. Дисциплина «Теория организации» входит в «Обязательную часть», в модуль «Общепрофессиональные дисциплины» учебного плана по программе бакалавриата направления – 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина изучается на 1 курсе, в 1 семестре для очной формы обучения, на 2 курсе, в 3 семестре для очно-заочной формы обучения и на 1 курсе в 1 семестре на заочной форме обучения, форма контроля - экзамен.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Теория организации» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов универсальных, общепрофессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 –Менеджмент:

Код и наименование компетенций выпускника

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном

уровне) экономической, организационной и управленческой теорий.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

УК-1.2. Способен осуществлять поиск алгоритмов решения проблемной ситуации на основе доступных источников информации, применением современных информационных и коммуникационных средств и технологий

УК-10.1. Способен понимать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

ОПК-1.1. Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности.

4. Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Теория организации»:

ТЕМА 1. Организация как система

ТЕМА 2. Социальная организация

ТЕМА 3. Хозяйственные организации

ТЕМА 4. Организация и управление

ТЕМА 5. Теория организации и ее место в системе научных знаний

ТЕМА 6. Законы организации и их приложения. Закон синергии

ТЕМА 7. Закон информированности-упорядоченности

ТЕМА 8. Закон самосохранения

ТЕМА 9. Закон единства анализа и синтеза

ТЕМА 10. Закон развития

ТЕМА 11. Закон композиции и пропорциональности. Закон наименьших

ТЕМА 12. Специфические законы социальной организации

ТЕМА 13. Принципы статической организации

ТЕМА 14. Принципы динамической организации

ТЕМА 15. Принципы рационализации

ТЕМА 16. Развитие организаторской и организационно - управленческой мысли

ТЕМА 17. Организационная культура

ТЕМА 18. Субъекты и объекты организаторской деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа)

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Экономическая теория»

6. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование систематизированных знаний: об экономических явлениях на микро - макроуровне, об инструментах, используемых при реализации экономической политики государства, об основных макроэкономических показателях, о структуре народного хозяйства, о механизме ценообразования, о составе издержек производства фирмы, об общественных издержках производства, о функционировании фирмы в условиях совершенных и несовершенных рынков.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- формирование у студентов системы теоретических знаний в области экономики, позволяющих ясно и последовательно объяснять процессы и явления социально-экономической жизни общества, разрабатывать принципы и методы рационального хозяйствования;

- развитие понимания многообразия экономических процессов в современном мире, а также умения определить их связь с другими процессами, происходящими в обществе;

- актуализация способности студентов применять накопленные по дисциплине

знания при решении профессиональных проблем в реальных (смоделированных) условиях;

- стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению дисциплины и формированию необходимых компетенций.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Экономическая теория» относится к базовой части блока 1 (Б1) модуля

4. Освоение дисциплины «Экономическая теория» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Экономика организации», «Организационное поведение», «Основы маркетинга».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Экономическая теория» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-10.1: способен понимать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
- ОПК-1.1: понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Предмет и метод экономической теории. Экономические школы

Тема 2. Рынок, его механизм и условия формирования

Тема 3. Собственность как экономическая категория

Тема 4. Спрос и предложение как экономические категории.

Тема 5. Эластичность: понятие, показатели, виды

Тема 6. Поведение потребителя в рыночной экономике.

Тема 7. Теория фирмы: производство и издержки.

Тема 8. Типы рыночных структур.

Тема 9. Рынки факторов производства

Тема 10. Фиаско рынка. Внешние эффекты

Тема 11. Распределение доходов в рыночной экономике.

Тема 12. Основные макроэкономические показатели, тождества и модели

Тема 13. Совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие

Тема 14. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы

Тема 15. Инфляция. Антиинфляционная политика

Тема 16. Безработица. Виды и ее последствия

Тема 17. Финансовая система и фискальная политика государства.

Тема 18. Денежно – кредитная система государства.

Тема 19. Экономическое развитие и экономический рост.

Тема 20. Закономерности развития мирового хозяйства.

Тема 21. Международные экономические связи. Международная торговля.

Тема 22. Особенности переходной экономики России. Реформирование отношений собственности

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 8 зачетных единиц (288 часов).

6. Форма контроля – зачет, экзамен.

Аннотация

к рабочей программе по дисциплине «Менеджмент»

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент» профиль «Маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего

образования РФ от 12.08. 2020 г. N 970.

1.Цель курса – заложить основы профессионального знания и сформировать у будущих бакалавров системных знаний в области теории и практики управления, обеспечить эффективность изучения всех последующих специальных дисциплин, показать необходимость изучения и освоения мирового опыта.

Основными задачами курса являются:

- формирование научного представления об управлении, имеющего конкретно-практическое содержание и заложить потенциал интеграции всех знаний, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера.
- освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами;
- формирование творческого инновационного подхода к управлению;
- формирование понимания управления как области профессиональной деятельности, требующей глубоких теоретических знаний;
- анализ существующих моделей менеджмента, специфика российского менеджмента в переходный период;
- изучение роли менеджмента в успешном функционировании действующих предприятий, возможностей повышения эффективности управленческой деятельности;
- анализ современных проблем и путей их решения в области менеджмента;
- развитие навыков работы с нормативными актами и специальной литературой;
- развитие навыков профессиональной деятельности.

2.Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент» входит в «Обязательную часть», в модуль «Общепрофессиональные дисциплины» учебного плана по программе бакалавриата направления – 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина изучается на 1 курсе, во 2 семестре для очной формы обучения, на 2 курсе, в 3 семестре для очно-заочной формы обучения и на 1 курсе в 1 семестре на заочной форме обучения, форма контроля - экзамен.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплина «Менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов универсальных, общепрофессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 –Менеджмент:

Код и наименование компетенций выпускника

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теорий.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

УК-2.3. Способен определять круг задач в процессе управления организацией, выбирать оптимальные способы их решения с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3.1. Способен работать в команде, проявлять лидерские качества и умения.

УК–3.2. Способен определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывая особенности поведения и интересы других участников.

УК-6.1. Способен определять круг задач саморазвития и профессионального роста и умеет использовать основные возможности и инструменты непрерывного образования.

ОПК-1.1. Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности.

4.Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Менеджмент».

1. Сущность менеджмента. Эволюция управленческой мысли
2. Организация и ее среда (Интра- и инфраменеджмент).
3. Коммуникационные процессы в менеджменте.
4. Разработка управленческих решений в менеджменте
5. Стратегический менеджмент и его ключевая роль. Методы обоснования бизнес-планов предприятий и их мониторинг
6. Организационный менеджмент
7. Мотивация труда.
8. Контроль и контроллинг в системе современного менеджмента
9. Механизм управления: средства и методы менеджмента.
10. Управление человеком и управление группой. Менеджмент персонала
11. Власть и лидерство в системе менеджмента
12. Управление конфликтами и стрессами в организации.
13. Культура и этика менеджмента.
14. Самоменеджмент.
15. Управление внешнеэкономическими связями и пути повышения эффективности менеджмента.
16. Эффективность управления.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (216 часов)

6.Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Экономика организации»

7. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - освоение научных основ производственно-экономического и социального функционирования организаций и принципов эффективного использования их ресурсов.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- формирование научного представления об экономике, имеющего конкретно-практическое содержание и заложить потенциал интеграции всех знаний, определяющих профессионализм деятельности современного специалиста;
- дать теоретические знания о важнейших закономерностях функционирования и развития организаций в рыночной экономике, принципах организации и механизмах финансирования производственно-хозяйственной деятельности, и оценке эффективности организаций;
- научить методам расчета и анализа основных экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности организаций;
- выработать навыки принятия управленческих решений, направленных на достижение наибольшего производственного и коммерческого результата работы

организаций;

освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами;

- изучение роли экономики в успешном функционировании действующих предприятий, возможностей повышения эффективности управленческой деятельности;
- анализ современных проблем и путей их решения в области экономики;
- развитие навыков работы с нормативными актами и специальной литературой;
- развитие навыков профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Экономика организации» относится к базовой части блока Б 1, модуля

4. Изучение данной дисциплины логически связано с дисциплинами: «Организационное поведение», «Основы маркетинга».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Экономика организации» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-2.2: способен использовать основы экономических и финансовых знаний для определения круга задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- ОПК-1.1: понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Предмет, объект и методология курса

Тема 2. Организация (предприятие) как субъект рыночной экономики

Тема 3. Предпринимательство: виды и формы сотрудничества

Тема 4. Организация (предприятие) как объект управления

Тема 5. Основной капитал организации

Тема 6. Оборотный капитал организации

Тема 7. Персонал организации и экономика труда

Тема 8. Издержки производства и себестоимость продукции

Тема 9. Формирование цен на продукцию организации

Тема 10. Финансы организации

Тема 11. Качество и конкурентоспособность организации и продукции

Тема 12. Инновационная и инвестиционная деятельность организации

Тема 13. Планирование производственно-хозяйственной деятельности организации

Тема 14. Внешнеэкономическая деятельность организации

Тема 15. Принципиальные основы системы управления организацией

Тема 16. Эффективность производственно-хозяйственной деятельности организации

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Организационное поведение»

8. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - ознакомление обучающихся с основными теоретическими концепциями социальных организаций и организационным поведением как междисциплинарной областью знания, связанной с изучением человеческих установок и трудовой деятельности.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- ознакомление с опытом деятельности успешных (конкурентоспособных) организаций;
- формирование способности к решению ключевых проблем управленческой деятельности;
- достижение понимания причин и выработка критериев оценки поведения людей в организации;
- приобретение студентами способности к анализу поведения человека в социальной группе.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Организационное поведение» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-3.1 Способен работать в команде, проявлять лидерские качества и умения;
- УК-3.2 Способен определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывая особенности поведения и интересы других участников;
- ОПК-3.3 Способен осуществлять оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды.

4. Содержание дисциплины (модуля)

- Тема 1. Предмет, методология и задачи курса
- Тема 2. Личность и организация
- Тема 3. Мотивация и результативность
- Тема 4. Формирование группового поведения в организации
- Тема 5. Научение поведению в организации
- Тема 6. Лидерство в организации
- Тема 7. Коммуникативное поведение в организации
- Тема 8. Корпоративная культура и поведение организации
- Тема 9. Управление карьерой и формирование поведения индивида
- Тема 10. Изменения в организации
- Тема 11. Поведенческий маркетинг в организации
- Тема 12. Организационное поведение в международном бизнесе

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг»

9. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины является ознакомление студентов с системой мер, обеспечивающих эффективную организацию маркетинговой деятельности; получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании;
- создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих успешно применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций:

- способен применять навыки разработки эффективных мероприятий в области продуктовой, ценовой, распределительной, коммуникативной и кадровой (персональной) политик различных предприятий в условиях меняющейся среды(ОПК-3.2);

- способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности(ПКС-1.1);

- способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию(ПКС-2.1)

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. История возникновения маркетинга как науки

Тема 2. Рыночная ориентация компании

Тема 3. Глобальная маркетинговая среда

Тема 4. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация

Тема 5. Система маркетинговых исследований и информационно-методическое обеспечение

Тема 6. Направления и этапы проведения исследования рынка

Тема 7. Методика исследования рынка

Тема 8. Анализ покупательского поведения потребителей на рынке

Тема 9. Сегментирование рынка и определение позиции товара на рынке

Тема 10. Ориентированное на рынок стратегическое планирование

Тема 11. Общая характеристика комплекса маркетинга

Тема 12. Товар в системе маркетинга

Тема 13. Управление торговыми марками и упаковкой

Тема 14. Ценовая политика и стратегии ценообразования.

Тема 15. Сбытовая политика

Тема 16. Маркетинговые коммуникации.

Тема 17. Маркетинг услуг

Тема 18. Конкурентные стратегии и конкурентные позиции

Тема 19. Международный маркетинг

Тема 20. Контроль в маркетинговой деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 8 зачетных единиц (288 часов).

6. Форма контроля -зачет в 3-м семестре; экзамен – в 4-ом семестре.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

10. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов системы знаний, умений и навыков, обеспечивающих принятие ими обоснованных, эффективных управленческих решений.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучить технологии разработки, принятия и реализации управленческих решений, в том числе в условиях риска и неопределенности;

- изучить методы анализа, прогнозирования, оптимизации управленческих решений;

- получить практические навыки в применении изучаемых методов разработки и принятия управленческих решений при помощи проигрывания конкретных ситуаций и

решения практических управленческих задач;

- сформировать навыки адаптации изученных методов к конкретным управленческим ситуациям.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» относится к базовой части учебного плана модуля 6. Данный курс опирается на курс «Менеджмент» и логически связан с дисциплинами: «Операционный менеджмент», «Стратегический менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Методы принятия управленческих решений» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-3.1: способен обосновывать результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента;

- ОПК-3.3: способен осуществлять оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды;

- ПКС-3.1: способен проводить анализ конкурентной среды и обосновывать выбор управленческого решения.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Функции решения в методологии и организации процесса управления. Типология управленческих решений.

Тема 2. Роль и значение лица, принимающего решения (ЛПР), и информационное обеспечение процесса принятия управленческих решений

Тема 3. Модели, методология и организация процесса разработки и реализации управленческого решения

Тема 4. Анализ внешней среды организации. Влияние внешней среды организации на реализацию альтернативных решений. Приемы разработки и выбора управленческого решения в условиях неопределенности и риска.

Тема 5. Эффективность управленческих решений

Тема 6. Контроль реализации управленческого решения

Тема 7. Управленческие решения и ответственность

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Персональный менеджмент»

11. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель состоит в изучении концептуальных основ и технологий максимального использования собственных возможностей руководителя, сознательном управлении течением своего времени и преодолении внешних обстоятельств как на работе, так в личной жизни.

Задачи курса:

- знакомство студентов с особенностями управления своим временем;
- формирование навыков планирования времени и принятия решений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Персональный менеджмент» относится к обязательной части учебного цикла дисциплин при подготовке бакалавров менеджмента. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 - Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-6.2 способен на основе технологий самоменеджмента выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в течение всей жизни;
- УК-6.3 способен использовать инструменты и методы управления временем при выполнении проектной деятельности.

4. Содержание дисциплины (модуля): 1.Введение. Сущность и содержание персонального менеджмента.2. Управленческий труд и его организация.3. Управление личной карьерой.4 Время руководителя и принципы его эффективного использования.5. Значение, особенности и виды принимаемых решений.6. Планирование личной работы руководителя.7.Делегирование полномочий.8. Рабочее место и информационное обеспечение работы менеджера.9. Коммуникации в работе менеджера.10. Деловое общение. Значение делового общения.11. Работоспособность и личный самоконтроль в деятельности менеджера.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часов).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Документационное обеспечение управления»

12. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины «Документационное обеспечение управления» является изучение документационного обеспечения процесса управления и получение практических навыков организации и управления полного технологического цикла работы с документами, формирующимися в сфере управления организацией, что продиктовано необходимостью для профессиональной практической деятельности бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Задачи курса направлены на углубление и развитие знаний:

- усвоение основных понятий в области документационного обеспечения управле-нием (ДОУ);
- изучение видов официальных документов и требований к их составлению и оформле-нию;
- применение правил организации работы с документами службы ДОУ;
- освоение порядка организации работ по делопроизводственному обслуживанию;
- применение приемов и средств делопроизводства, в том числе компьютерного.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент». Она непосредственно связана со следующими дисциплинами: «Методы принятия управленческих решений», «Операционный менеджмент», «Цифровой маркетинг» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Документационное обеспечение управления» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

- способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ (ОПК-5):

понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментарий анализа данных на базовом уровне (ОПК-5.1);

способен использовать методы и инструменты ведения деловой переписки и проведения бизнес-презентаций с использованием электронных коммуникаций (ОПК-5.3).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Содержание и основные задачи современного документационного обеспечения управления.

Тема 2. Нормативно-методическая база ДООУ

Тема 3. Документы и способы документирования

Тема 4. Системы документации

Тема 5. Реквизиты и бланки документов

Тема 6. Общие основы деловой корреспонденции

Тема 7. Организация документооборота

Тема 8. Формирование и хранение дел

Тема 9. Компьютеризация документационного обеспечения управления

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Финансовый и управленческий учет»

13. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по организации и ведению финансового и управленческого учета на предприятиях.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

–изучение передовых и прогрессивных методов, методик и приемов рациональной организации финансового и управленческого учета на предприятиях

–изучение концепций и терминологии финансового и управленческого учета;

–изучение практических аспектов организации и ведения финансового учета;

–порядка организации и ведения управленческого учета.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Финансовый и управленческий учет» относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». В процессе освоения дисциплины, обучающиеся должны усвоить основные понятия и современные принципы, особенности организации и ведения бухгалтерского учета в организациях.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Финансовый и управленческий учет» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-2.3: способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы для решения поставленных управленческих задач;

- ПКС-2.2: способен проводить анализ финансовых показателей для принятия управленческих решений.

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность, содержание и основные понятия, бухгалтерского финансового учета.

Тема 2. Финансовый учет и порядок формирования активов в бухгалтерском балансе.

Тема 3. Финансовый учет и порядок отражения в бухгалтерском балансе источников формирования активов организации.

Тема 4. Финансовая отчетность. Состав и порядок формирования

Тема 5. Теоретические основы управленческого учета.

Тема 6. Затраты и доходы как объекты управленческого учета.

Тема 7. Учет затрат на производство продукции.

Тема 8. Методы и системы учета затрат.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Экономический анализ»

14. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины – сформировать целостное представление об анализе хозяйственной деятельности как важнейшей функции управления организациями; об основных методах экономического анализа и их применении на разных стадиях процесса разработки и принятия управленческих решений; приобрести практические навыки по анализу и оценке различных категорий ресурсов и направлений производственно-хозяйственной, финансовой и инвестиционной деятельности.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- формирование у студентов глубокого понимания содержания и методики исчисления показателей, характеризующих деятельность предприятий и ее эффективность, а также характера взаимосвязи между показателями и факторами, определяющими их уровень и динамику;
- выработка способности формировать информационную базу для решения задач комплексного анализа хозяйственной деятельности;
- развитие навыков правильного выбора сфер применения методов анализа управленческого и финансового характера;
- получение знаний по формированию необходимой и достаточной информационной базы различных направлений анализа;
- развитие навыков составления аналитических заключений, подготовки выводов по результатам проведенного анализа и рекомендаций по повышению эффективности деятельности предприятий с учетом выявленных резервов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Экономический анализ» к базовой части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Изучение дисциплины «Экономический анализ» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплины «Информационные системы менеджмента» и связана с дисциплинами: «Финансовый и управленческий учет», «Финансовый менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Экономический анализ» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-4.3: способен оценивать экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятием

Тема 2. Метод и методика экономического анализа

Тема 3. Маркетинговый анализ в системе анализа хозяйственной деятельности

Тема 4. Анализ организационно-технического уровня предприятия и других условий его хозяйственной деятельности

Тема 5. Анализ производства и продаж продукции предприятия

Тема 6. Экономический анализ производственного потенциала организации

Тема 7. Анализ расходов предприятия и себестоимости продукции

Тема 8. Анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия

Тема 9. Анализ эффективности использования внеоборотных активов и инвестиционной деятельности предприятия

Тема 10. Анализ эффективности использования оборотных активов и капитала организации

Тема 11. Анализ финансового состояния предприятия

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Основы предпринимательской деятельности»

15. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель дисциплины - формирование у студентов комплексного и объективного представления о сущности, функциях и закономерностях предпринимательской деятельности.

Задачи дисциплины:

1) Изучение отечественной нормативно-правовой среды, обуславливающей предпринимательскую деятельность в РФ;

2) Ознакомление с концепцией государственной политики поддержки и развития предпринимательства в РФ, инфраструктурой и регулированием малого и среднего бизнеса на государственном уровне;

3) Определение роли, видов и форм предпринимательской деятельности в РФ;

4) Формирование фундаментальных знаний в области теории и практики предпринимательской деятельности в условиях рыночной и монополизированной экономики, а также практических навыков, личных и деловых качеств студентов необходимых для осуществления предпринимательской деятельности в РФ;

5) Изучение практических механизмов и инструментов эффективного управления предпринимательской деятельностью: анализ внешней и внутренней среды, прогнозирование, планирование, контроль и постоянное улучшение бизнеса.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций:

- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4-1);

способен применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1);

способен осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4.2).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность предпринимательства и его виды

Тема 2. Предпринимательская идея и технология создания собственного дела

Тема 3. Социальная ответственность в предпринимательстве

Тема 4. Сущность, структура, формы собственности

Тема 5. Маркетинговая стратегия и рыночная политика предпринимателя

Тема 6. Экономические риски в предпринимательской деятельности

Тема 7. Малое предпринимательство в рыночной экономике

Тема 8. Культура предпринимательства

Тема 9. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля -зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Бизнес-планирование»

16. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов системных экономических знаний, навыков владения методами научного решения проблемных вопросов управления бизнес- процессами, умений и навыков, достаточных для будущей профессиональной деятельности

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучить теоретические основы бизнес-планирования, его место в условиях рыночной экономики;
- рассмотреть управление предпринимательской деятельностью как необходимую функцию, направленную на постоянное ее приспособление к изменениям внешней среды;
- определять тенденции развития научно-технического прогресса в конкретных секторах экономики.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина (модуль) «Бизнес-планирование» относится к модулю «Управление бизнес-процессами» обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Бизнес-планирование» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (**ОПК-4**);
- способность осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развития новых направлений деятельности и организаций (**ОПК-4.2**)

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность бизнес-планирования и его виды

Тема 2. Принятие предпринимательского решения

Тема 3. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия

Тема 4. Организационно-управленческие функции предприятия

Тема 5. Предпринимательский риск

Тема 6. Трудовые ресурсы. Оплата труда на предприятии предпринимательского типа

Тема 7. Культура предпринимательства

Тема 8. Предпринимательская тайна

Тема 9. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности

Тема 10. Управление финансами предприятия предпринимательского типа

Тема 11. Налогообложение предпринимательской деятельности

Тема 12. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Стратегический менеджмент»

17. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - обучение студентов теоретическим и практическим основам стратегического менеджмента для подготовки, принятия и реализации управленческих решений.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучение понятий, предмета и систем стратегического менеджмента;
- получение студентами основных законов и закономерностей функционирования организаций во внешней среде;
- овладение студентами определенного объема систематизированных сведений о различных дисциплинарных подходах к изучению систем управления;
- создание профессионально подготовленного кадрового резерва, обеспечивающего достижение стратегических целей организации, региона, государства.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Стратегический менеджмент» входит в базовую часть ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе курсов: «Теория организаций», «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Стратегический менеджмент» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-4.1: способен применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;
- ОПК-4.2: способен осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развития новых направлений деятельности и организаций;
- ПКС-3.2: способен разрабатывать стратегические и тактические решения на основе анализа внутренней среды предприятия и изменения внешних факторов.

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические и методологические основы стратегического менеджмента

Тема 2. Определение основных направлений развития компании

Тема 3. Стратегический анализ внешней среды компании

Тема 4. Стратегический анализ внутренней среды компании и оценка ее положения на рынке

Тема 5. Формирование конкурентных стратегий

Тема 6. Стратегическое управление диверсифицированными корпорациями

Тема 7. Управление диверсифицированным портфелем компании

Тема 8. Финансовая стратегия компании

Тема 9. Стратегии конкуренции на различных этапах жизненного цикла отрасли

Тема 10. Реализация стратегии и стратегический контроллинг

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетных единиц (180 часов).

6. Форма контроля – курсовая, экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Операционный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Операционный менеджмент» является обучение студентов основным принципам и условиям построения и практического применения

современных методов эффективной организации, и управлению материальными потоками производственного предприятия и получение теоретических знаний и профессиональных навыков и умений в области организации и управления операционными (производственными) системами. Овладение знаниями по системной рационализации управления операционными процессами, как составной части логистического процесса.

Задачами дисциплины является подготовка высококвалифицированных специалистов в следующих аспектах при выполнении функциональных обязанностей:

- разработка проектов совершенствования организации и управления операционными системами на основе экономико-математического моделирования;
- осуществление координации работы различных подразделений организации по подготовке производства, по производству, по обеспечению и обслуживанию производства и выпуска продукции с целью повышения конкурентоспособности производства продукции и услуг;
- обоснование и разработка проектов по повышению организованности, надёжности и эффективности управления операционными системами;
- организация, оптимизация, синхронизация и интеграция процессов: технической и организационной подготовки производства, основного производства, технического обслуживания производства, сервисного обслуживания продукции и др.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Операционный менеджмент» входит в базовую часть ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируется на основе курсов: «Методы принятия управленческих решений», «Документационное обеспечение управления». Учебная дисциплина «Операционный менеджмент» логически связана со следующими дисциплинами: «Инновационный маркетинг», «Цифровой маркетинг» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат):

ПКС-3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды

ПКС-3.2 Способен разрабатывать стратегические и тактические решения на основе анализа внутренней среды предприятия и изменения внешних факторов

4. Содержание дисциплины (модуля)

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Введение в операционный менеджмент

Раздел 2. Создание операционной системы

Раздел 3. Оперативное управление производством

Раздел 4. Управление производственными запасами

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 ч.).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Финансовый менеджмент»

18. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения учебной дисциплины «Финансовый менеджмент» состоит в подготовке специалистов в области управления финансами предприятий и организаций. Основная задача преподавания дисциплины - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области управления активами, финансовыми потоками,

стоимостью капитала и инвестиционной деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучение закономерностей денежного оборота хозяйствующего субъекта;
- освоение методик анализа финансового состояния предприятия
- формирование современного представления об управлении активами и пассивами предприятия
- овладение современными методиками оценки эффективности принимаемых финансовых решений
- овладение основами оценки финансовых и предпринимательских рисков
- изучение подходов к принятию решений по инвестиционным проектам

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Финансовый менеджмент» входит в базовую часть ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе курсов: «Информационные системы менеджмента», «Финансовый и управленческий учет».

Учебная дисциплина «Финансовый менеджмент» логически связана со следующими дисциплинами: «Экономический анализ», «Управление проектами», «Инвестиционный менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Финансовый менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование следующих элементов универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Универсальные компетенции:

Способен применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски (УК -10.2)

Общепрофессиональные компетенции:

Способен применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1.)

Способен оценивать экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа (ОПК 4.3.)

Профессиональные компетенции (ПК):

Способен проводить анализ финансовых показателей для принятия управленческих решений (ПКС-2.2)

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Введение в управление финансами
2. Методы и приемы финансового анализа и прогнозирования
3. Финансовые расчеты
4. Риск и доходность финансовых активов
5. Принятие решений по инвестиционным проектам
6. Управление оборотным капиталом
7. Управление движением денежных средств
8. Управление затратами
9. Анализ цены и структуры капитала
10. Управление источниками финансирования. Дивидендная политика
11. Финансовые решения в условиях инфляции и риска
12. Финансовое планирование

13. Международные аспекты финансового менеджмента

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетных единиц (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Риск-менеджмент»

19. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов системных экономических знаний, навыков владения методами научного решения проблемных вопросов управления рисками, умений и навыков, достаточных для будущей профессиональной деятельности. А также формирование нормативно-правовых, экономических и организационных знаний и умений по вопросам становления, организации и управления рисками.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучение теоретических основ и практических навыков в области экономических рисков;
- рассмотреть управление рисками как необходимую функцию, направленную на постоянное ее приспособление к изменениям внешней среды;
- определять тенденции развития научно-технического прогресса в конкретных секторах экономики;
- организовывать управление развитием организаций, предприятий и учреждений;
- разрабатывать проекты внедрения нововведений;
- раскрытие теоретических основ управления рисками финансовых активов;
- исследование методических основ оценки рисков финансовых активов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

В соответствии с учебными планами подготовки бакалавров, составленными с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта ВО, учебная дисциплина «Риск-менеджмент» входит в перечень базовых дисциплин профессионального цикла по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Риск-менеджмент» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ОПК-3.3: способен осуществлять оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды

- ОПК-4.1 способен применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие риска в экономике. Классификация рисков и определение природы их возникновения

Тема 2. Общие принципы управления рисками

Тема 3. Классификация рисков

Тема 4. Методы оценки финансовых активов

Тема 5. Принятие решений в условиях риска и неопределенности

Тема 6. Анализ и управление рисками финансовых активов

Тема 7. Оценка риска финансовых инвестиций

Тема 8. Анализ и управление политическим риском

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление проектами»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения учебной дисциплины «Управление проектами» являются: формирование системы знаний в области проектной деятельности; параллельное с теоретической подготовкой практическое закрепление знаний и навыков проектной деятельности на примере конкретных проектов; развитие навыков самостоятельной исследовательской работы; приобретение опыта работы в составе команды, управления проектом, ведения бизнеса, коммерциализации проектов.

Изучение данного курса позволит понять сущность и социальную значимость профессии государственного и муниципального служащего; определить роль и место управления проектами в системе экономических и управленческих дисциплин; установить роль, место и взаимосвязи проектного менеджмента в системе управления организацией; получить знания и навыки управления проектами, организации процесса проектирования, разработки и реализации решений в целях обеспечения эффективного управления проектами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Управление проектами» относится к дисциплинам обязательной части Модуль "Управление финансами, рисками и проектами" учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Направленность (профиль): «Маркетинг».

Дисциплинами, предшествующими изучению курса «Управление проектами» являются: «Инвестиционный менеджмент», «Бизнес-планирование», «Теория организации» и др.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины (модуля)

Элементы универсальных (УК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций, формируемые данной дисциплиной:

УК - 2.4 - Способен определять круг задач и предлагать оптимальные способы их решения в рамках проектной деятельности, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК- 6.3 - Способен использовать инструменты и методы управления временем при выполнении проектной деятельности.

ОПК- 4.2 - Способен осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развития новых направлений деятельности и организаций.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические основы проектного менеджмента.

Тема 2. Планирование проекта.

Тема 3. Маркетинговые исследования в проектном менеджменте.

Тема 4. Жизненный цикл и структура проекта.

Тема 5. Команда проекта и управление проектом.

Тема 6. Организационные структуры управления проектами.

Тема 7. Функциональные области управления проектами.

Тема 8. Оценка проекта и проектные риски.

Тема 9. Проектное финансирование.

Тема 10. Экономическая оценка проектов.

Тема 11. Методы и организационный инструментарий управления проектами.

Тема 12. Мониторинг и мультипроектное управление.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые исследования»

20. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов навыков изучения и оценки динамики рыночных процессов, развития экономических механизмов, потребительского поведения, конкурентной среды и других важных элементов экономической деятельности предприятий в результате проведения самостоятельных исследований.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать у студентов представление о системе маркетинговой информации и роли маркетинговых исследований в деятельности организаций;
- создать базу теоретических знаний и практических навыков по разработке программы и методических материалов маркетингового исследования;
- сформировать в ходе полевых исследований практические навыки по использованию методов сбора и обработки маркетинговой информации;
- научить использовать методы анализа и принципы внедрения результатов маркетинговых исследований в экономическую деятельность предприятий

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к вариативной части учебного цикла дисциплин и является составной частью модуля 13 «Маркетинг» при подготовке бакалавров менеджмента. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 - Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинговые исследования» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-1.1: способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности

- ПКС-2.1: способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность маркетинговых исследований и основные категории

Тема 2. Маркетинговая информация

Тема 3. Процесс маркетинговых исследований

Тема 4. Методы маркетинговых исследований

Тема 5. Разработка анкет и регистрационных форм

Тема 6. Формирование выборки

Тема 7. Методы анализа маркетинговой информации

Тема 8. Составление отчета и представление результатов исследования

Тема 9. Исследование рынков

Тема 10. Изучение потребителей

Тема 11. Изучение товаров и цен

Тема 12. Исследование конкуренции

Тема 13. Исследование каналов коммуникаций

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые коммуникации»

1.Цель курса – заложить основы профессионального знания и сформировать у будущих бакалавров системных знаний в области теории и практики управления, обеспечить эффективность изучения всех последующих специальных дисциплин, показать необходимость изучения и освоения мирового опыта.

Основными задачами курса являются:

- освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами;
- формирование творческого инновационного подхода к управлению;
- формирование понимания управления как области профессиональной деятельности, требующей глубоких теоретических знаний;
- анализ существующих моделей менеджмента, специфика российского менеджмента в переходный период;
- изучение роли менеджмента в успешном функционировании действующих предприятий, возможностей повышения эффективности управленческой деятельности;
- анализ современных проблем и путей их решения в области менеджмента;
- развитие навыков работы с нормативными актами и специальной литературой;
- развитие навыков профессиональной деятельности.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплин (Модулей)» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль: «Управление маркетингом».

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» представляет структурный элемент ОПОП ВО и входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений модуль Маркетинг. Существует логическая и содержательно – методическая взаимосвязь с другими частями ОПОП ВО (дисциплинами (модулями). Для освоения данной дисциплины необходимо приобретение знаний таких предшествующих дисциплин, (модулей) как: «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

3.Требования к результатам освоения содержания дисциплины (модуля)

В совокупности с другими дисциплинам профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинговые коммуникации» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (уровень бакалавриата):

Код и наименование компетенций выпускника

ПКС 1 Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений.

ПКС 2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

ПКС - 1.2. Способен понимать различия кросс – культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений.

ПКС- 2.1 Способен проводить анализ рынка и конкуренции и и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию.

4.Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Маркетинговые коммуникации».

ТЕМА 1. Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.

.ТЕМА 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

- ТЕМА 3. Социально-психологические аспекты рекламы.
- ТЕМА 4. Реклама: использование тизер – приемов и провокаций.
- ТЕМА 5. Разработка рекламной кампании и оценка ее эффективности.
- ТЕМА 6. Сущность и функции Паблик рилейшнз (ПР).. Реклама и ПР. Методы ПР.
- ТЕМА 7. Процесс ПР – компании и его этапы. Структура службы по связям с общественностью и ее функции.
- ТЕМА 8. Прямой маркетинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- ТЕМА 9. Стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций.
- ТЕМА 10. Мерчендайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.
- ТЕМА 11. Личные продажи в системе маркетинга.
- ТЕМА 12. Интерактивный маркетинг.
- ТЕМА 13. Электронная коммерция в системе маркетинговых коммуникаций.
- ТЕМА 14. Особенности работы с рекламными агентствами.
- ТЕМА 15. Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа)

6.Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ **к рабочей программе дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»**

21. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - обучение студентов методам разработки эффективных маркетинговых мероприятий в различных отраслях и сферах деятельности.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- реализация основных образовательных программ и учебных планов высшего профессионального образования на уровне, отвечающем государственным образовательным стандартам;
- изложение теоретических основ маркетинговой деятельности предприятий;
- обучение методам анализа маркетинговой деятельности конкретных предприятий с целью выявления ее достоинств и недостатков;
- привитие навыков разработки эффективных мероприятий в области продуктовой, ценовой, распределительной, коммуникативной и кадровой (персональной) политик различных предприятий;
- обучение методам оценки эффективности маркетинговых мероприятий.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

В соответствии с учебными планами подготовки бакалавров, составленными с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта ВО, учебная дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» входит в перечень вариативных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг»

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-1.1: способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Предмет и методология курса «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности». Особенности маркетинга в отраслевой сфере

Тема 2. Маркетинг в промышленности

Тема 3. Торговый маркетинг

Тема 4. Маркетинг в сфере недвижимости

Тема 5. Фармацевтический маркетинг

Тема 6. Маркетинг в банковской сфере

Тема 7. Маркетинг в агробизнесе

Тема 8. Туристский маркетинг

Тема 9. Маркетинг образовательных услуг

Тема 10. Маркетинг в страховом бизнесе

Тема 11. Региональный, экологический и геополитический маркетинг

Тема 12. Маркетинг кадрового обеспечения

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг территорий»

22. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование базовых теоретических знаний и практических навыков в изучении маркетинговой деятельности территорий, особенно имеющих туристско-рекреационную специализацию.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- обосновать важность и практическую значимость территории как объекта продвижения;

- дать представление об особенностях маркетинговой деятельности на туристско-рекреационных территориях;

- выявить роль туристских и рекреационных ресурсов в формировании территориального туристско-рекреационного продукта.

- продемонстрировать необходимость формирования и продвижения регионального туристского продукта, а также позитивного имиджа региона;

- показать роль и значение передового опыта развития регионов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к вариативной части учебного цикла дисциплин при подготовке бакалавров. Базовыми дисциплинами для изучения дисциплины «Маркетинг территорий» являются курсы: «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений», «Маркетинговые исследования», а также дисциплина «Маркетинг территорий» логически связана со следующими дисциплинами как «Маркетинговое ценообразование» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинг территорий» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-1.1: способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности

- ПКС-1.2: способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Маркетинг территорий: основные понятия, роль, значение, цели, задачи и функции

Тема 2. Туристские и рекреационные ресурсы как основа формирования территориального туристско-рекреационного продукта

Тема 3. Комплекс маркетинга территории

Тема 4. Маркетинг курортов и территориальных туристско-рекреационных комплексов

Тема 5. Основные формы и методы продвижения туристско-рекреационной территории

Тема 6. Маркетинг города

Тема 7. Рейтинги территорий как инструмент маркетинга территорий

Тема 8. Стратегические направления организации территориального маркетинга

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое ценообразование»

1. Цель и задачи освоения дисциплины(модуля)

Цель дисциплины «Маркетинговое ценообразование» состоит в формировании у студентов теоретических знаний и практических навыков в области теории ценообразования, техники расчета различных видов цен; развития экономического мышления и выработки самостоятельных эффективных ценовых решений.

В процессе изучения дисциплины обеспечивается реализация следующих **задач**:

- формирование понимания сущности цены как экономической категории и ее взаимосвязи с основными финансово-экономическими и рыночными показателями деятельности организации;
- теоретическое освоение студентами основ ценообразования;
- освоение содержания этапов процесса разработки ценовой политики и определяющих его факторов;
- освоение существующих стратегий управления ценами в условиях современного рынка;
- ознакомление с существующими законодательными и нормативно-правовыми актами, регулирующими ценовую деятельность финансовых организаций;
- понимание специфики управления ценами в различных отраслевых сегментах рынка.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина включена в раздел «Вариативная часть» ОПОП ВО подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» (уровень бакалавриата), профиль «Маркетинг». В соответствии с учебным планом дисциплина изучается в шестом семестре.

Для освоения данной дисциплины необходимо приобретение знаний таких предшествующих дисциплин, (модулей) как: «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг территорий», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины (модуля)

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинговое ценообразование» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (уровень бакалавриата):

Код и наименование компетенций выпускника

ПКС -1 Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений.

ПКС- 2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

ПКС - 1.2. Способен понимать различия кросс – культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений.

ПКС- 2.1 Способен проводить анализ рынка и конкуренции и и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4.Содержание дисциплины (модуля)

1. Основные теоретические концепции цены.
2. Виды, функции и классификация цен.
3. Состав и структура цены.
4. Факторы ценообразования.
5. Ценовая политика предприятия. Этапы установления цены на предприятии .
6. Цены и рыночная конъюнктура Понятие спроса и объема спроса.
7. Стратегии маркетингового ценообразования
8. Методы затратного ценообразования.
9. Параметрические методы определения цен.
10. Методы рыночного ценообразования.
11. Ценообразование на различных типах рынка
12. Сущность государственного регулирования цен и ценовая политика государства.
13. Ценообразование на мировых рынках. Особенность мирового рынка и международной торговли.
14. Риски в ценообразовании. Ценообразование в условиях инфляции.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа)

6.Форма контроля - экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Логистика»

23. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов знаний, умений и навыков, позволяющих решать задачи, связанные с созданием логистических систем управления материальными, информационными потоками, обеспечивающих высокое качество поставки товара, выполнение договорных обязательств фирмы с минимальными логистическими издержками.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- дать основополагающее представление о концепции управления цепями поставок;
- рассмотреть процессы управления цепями поставок в условиях современной экономики;
- проанализировать механизм управления материальными потоками на различных стадиях товародвижения;
- рассмотреть основы планирования и проектирования цепей поставок;
- изучить инструменты управления цепями поставок и их эффективность.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

«Логистика» относится к вариативной части учебного плана модуля 13 по

направлению 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина логически связана с такими курсами как: «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Документационное обеспечение управления».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Логистика» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-2.1: способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Эволюция логистики

Тема 2. Понятийный аппарат логистики

Тема 3. Координация и интеграция логистической деятельности в цепях поставок

Тема 4. Стратегическое планирование логистики

Тема 5. SCOR модели цепи поставок

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Международный маркетинг»

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля).

Преподавание дисциплины «Международный маркетинг» строится исходя из общих целей ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент Направленность (профиль): "Маркетинг".

Цель изучения дисциплины "Международный маркетинг" - формирование у студентов целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области управления разными аспектами международного маркетинга с учетом зарубежного и российского опыта.

Задачи дисциплины:

- изучить понятийный и категориальный аппарат, принципы и правовые основы организации и управления отдельными аспектами международного маркетинга в России;
- раскрыть содержание и специфику работы организаций на зарубежных рынках с учетом факторов как внутренней, так и внешней среды;
- определить инновационные подходы к организации и осуществлению международной деятельности с применением информационных технологий;
- сформировать навыки поиска и анализа релевантной информации при разработке маркетинговых стратегий выхода на зарубежные рынки, осуществлению маркетинговой деятельности с учетом специфики внешней среды и оценки эффективности проведенных мероприятий, выработки предложений по их совершенствованию.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина (модуль) «Международный маркетинг» в соответствии с учебным планом 38.03.02 «Менеджмент» входит в Блок 1 в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Существует логическая и содержательно – методическая взаимосвязь с другими частями ОПОП ВО (дисциплинами (модулями). Для освоения данной дисциплины необходимо приобретение знаний таких, предшествующих дисциплин (модулей) как: «Маркетинг», «Управление проектами», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-1.1 - Способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

ПКС-1.2 - Способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений.

ПКС-2.1 - Способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность международного маркетинга.

Тема 2. Среда международного маркетинга.

Тема 3. Сегментация мирового рынка.

Тема 4. Маркетинговые исследования международных рынков. Информационное обеспечение принятия решений в международном маркетинге.

Тема 5. Возможности выхода фирмы на внешние рынки.

Тема 6. Поведение потребителей в международном маркетинге.

Тема 7. Товарная политика на внешних рынках

Тема 8. Распределение товаров на внешних рынках

Тема 9. Ценовая политика в международном маркетинге.

Тема 10. Международные маркетинговые коммуникации.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Социальный маркетинг»

24. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины (модуля):

- формирование у студентов навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

- освоение студентами современных маркетинговых концепций и технологий;
- ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах;
- освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере;
- приобретение практических навыков социальной компетентности в принятии решений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Учебная дисциплина «Социальный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина «Социальный маркетинг» базируется на знаниях, полученных студентами в ходе освоения таких дисциплин как: «Основы предпринимательской деятельности», «Бизнес-планирование», а также логически связана с такими дисциплинами как: «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговое ценообразование» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций:

- способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах (УК-9):

- способен взаимодействовать с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в социальной и профессиональной сферах (УК-9.3);

- способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений (ПКС-1):

- способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности (ПКС-1.1).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга

Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой

Тема 3. Социальная компетентность и ответственность

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальном маркетинге

Тема 5. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге

Тема 6. Разработка комплекса социального маркетинга

Тема 7. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге

Тема 8. Особенности использования фандрайзинга в некоммерческих организациях

Тема 9. Особенности маркетинга в некоммерческих организациях сферы образования

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация

к рабочей программе дисциплины «Управление качеством»

1. 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Управление качеством» является обучение студентов основным понятиям качества, как объекта управления, методам его оценки управления, концептуальным основам и методологии управления качеством и сертификации продукции и систем качества. Особое внимание уделяется организационным вопросам создания систем управления качеством, практическому решению проблем качества в организациях, его нормативно-правовым и экономическим аспектам.

Задачами дисциплины являются изучение организационных вопросов создания и сертификации систем управления качеством, применения соответствующих информационных технологий, нормативно-правовых и экономических аспектов управления качеством, практическое решение проблем качества бизнеса.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление качеством», в соответствии с учебным планом 38.03.02 «Менеджмент» входит в Блок 1 в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Курс «Управление качеством» имеет связь с другими как, «Маркетинг», «Менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Финансовый менеджмент».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина «Управление качеством» должны быть логически увязана с основными дисциплинами специальности.

Предшествовать изучению данной дисциплины должны курсы: менеджмент, экономика,

маркетинг, экология и т.д. На базе дисциплины «Управление качеством» должны преподаваться дисциплины, рассматривающие проблемы инноватики, экономики организации, планирования финансовой деятельности организации, конкуренции и конкурентоспособности, производственного менеджмента.

Дисциплина «Управление качеством» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлена на формирование следующих элементов профессиональных компетенций:

ПКС - 2.2 – способен проводить анализ финансовых показателей для принятия управленческих решений;

ПКС-3.2 - способен разрабатывать стратегические и тактические решения на основе анализа внутренней среды предприятия и изменения внешних факторов.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические основы управления качеством.

Тема 2. Качество и конкурентоспособность продукции и предприятия

Тема 3. Основные этапы развития систем качества

Тема 4. Основные положения квалиметрии

Тема 5. Метрология в управлении качеством в России и за рубежом

Тема 6. Сертификация в управлении качеством

Тема 7. Стандартизация требований к объектам и системам качества

Тема 8. Статистические методы управления качеством

Тема 9. Всеобщее управление качеством (TQM)

Тема 10. Социально-психологические особенности организации управления качеством

Тема 11. Управление затратами на обеспечение качества

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Цифровой маркетинг»

25. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины – подготовка специалистов в области маркетинга для реализации профессиональной деятельности в условиях развития новых форм бизнеса, а также изучение и практическое применение интерактивных маркетинговых инструментов в бизнесе.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании;

- формирование системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам реализации электронного маркетинга как интегрированному направлению, охватывающему обширный круг вопросов стратегического и операционного маркетинга, развивающихся на электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей информационных технологий;

- изучение базовых основ цифрового маркетинга;
- определение места и роли цифрового маркетинга в современном мире;
- сравнительный анализ роли и функций «цифрового маркетинга» в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях;
- анализ известных применений цифрового маркетинга на практике;
- освоение онлайн инструментов стимулирования продаж продукции и услуг.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» входит в вариативную часть ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, является дисциплиной по выбору студента. В ходе изучения дисциплины углубляются теоретические, методические и практические знания, полученные студентами по таким дисциплинам, как «Управление проектами», «Документационное обеспечение управления». Дисциплина логически связана со следующими дисциплинами: «Управленческие решения», «Операционный менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Цифровой маркетинг» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-1.1: способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности

- ПКС-2.1: способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в цифровой маркетинг

Тема 2. Основы электронного бизнеса и место электронного маркетинга в электронном бизнесе

Тема 3. Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке. Комплекс электронного маркетинга

Тема 4. Маркетинговые исследования в сети Интернет

Тема 5. Информационные и телекоммуникационные технологии и системы в маркетинге

Тема 6. CRM-системы как средство реализации маркетинга отношений

Тема 7. Сеть Интернет как инструмент маркетинга

Тема 8. Технологии хранения и обработки информации

Тема 9. Формирование цифровой стратегии бренда

Тема 10. Этические и правовые аспекты цифрового маркетинга

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг услуг»

26. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины – ознакомление студентов с основными концепциями маркетинга сферы услуг.

Задачи: 1. научиться связывать сферу услуг с концепцией современного маркетинга; 2. выявлять новые рыночные возможности; 3. выявлять и оценивать рыночные риски; 4. анализировать поведенческие модели потребителей; 5. изучать и анализировать конкурентную среду бизнеса в сфере услуг.

27. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинг услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного цикла дисциплин при подготовке бакалавров менеджмента. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 - «Менеджмент».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПКС-1Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений;

ПКС-1.1Способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности;

ПКС-1.2Способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии коммуникационной адаптации в условиях международного маркетинга для принятия управленческих решений.

4.Содержание дисциплины (модуля):1. Современная концепция маркетинга услуг.

2. Покупательское поведение и покупательские риски. 3. Клиентская лояльность, ее сущность, формирование, измерение. Маркетинг взаимоотношений. 4. Качество в индустрии услуг. 5. Товарная политика в маркетинге услуг. 6. Ценовая политика в маркетинге услуг. 7. Процесс предоставления услуги. 8. Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетных единиц (180 часов).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Бренд - менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель курса – изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности, формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки.

Задачи курса:

- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;

- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере,

- знакомство с новыми технологиями бренд - менеджмента и практической деятельностью бренд-менеджера.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бренд - менеджмент» входит в Блок 1 в часть, формируемую участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Направленность (профиль): «Маркетинг» (уровень бакалавриата).

Изучение дисциплины «Бренд - менеджмент» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения следующих дисциплин: «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг территорий», «Стратегический менеджмент», «Международный маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПКС-1.1 - Способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

ПКС-1.2 - Способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Тема 1. Возникновение и развитие бренд - менеджмента

Тема 2. Концепция бренд-менеджмента

Тема 3. Бренддинг в системе внутрифирменного управления. Разработка бренда

Тема 4. Управление брендовым портфелем

Тема 5. Интегрированные бренд-коммуникации

Тема 6. Капитализация брендов

Тема 7. Правовое обеспечение бренддинга

Тема 8. Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Поведение потребителей»

1.Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - является получение студентами теоретических основ, общих закономерностей поведения потребителей, а также приобретение необходимых практических навыков по эффективному воздействию на потребителя.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- усвоение сущности и содержания процесса поведения потребителя;
- овладение понятийным аппаратом управления поведением потребителя;
- оценка места и роли поведения потребителя в общей системе управления предприятием;
- изучение методов управления поведением потребителя, формирование навыка использования ситуационного подхода при их выборе;
- разработка управленческого решения по совершенствованию использования поведенческих моделей.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к модулю «Маркетинг» - части, формируемой участниками образовательных отношений, основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Поведение потребителей» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

- способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений (ПКС-1);
- способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности (ПКС-1.1).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Поведение потребителей: становление, цели и задачи дисциплины

Тема 2. Концепция глобального маркетинга

- Тема 3. Процессы принятия решения потребителем
Тема 4. Осознание потребности и оценка вариантов перед покупкой
Тема 5. Процесс принятия решений о покупке
Тема 6. Потребление, оценка вариантов после покупки, распоряжение
Тема 7. Индивидуальные различия потребителей
Тема 8. Психологические процессы поведения потребителей
Тема 9. Влияние среды на процесс принятия решения о покупке

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»

28. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целями освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является формирование физической культуры студентов и способности направленного использования средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании компетенций и индикаторов:

- УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- УК-7.2 Способен выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;

УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и профессиональной деятельности

4.Содержание дисциплины (модуля)

1. Техническая подготовка
2. Тактическая подготовка
3. Общая физическая подготовка
4. Специальная физическая подготовка
5. Правила игры и проведения соревнований

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 404 ч.

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Психология управления»

29. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов навыков правильного оценивания подчиненных, выявления мотивов их поведения, а также умения правильно с психологической точки зрения оценивать свой собственный труд.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучить закономерности организации управленческого процесса и возникающие во время этого процесса отношения между людьми,
- определить методологические основы, соответствующие специфике объекта исследований,
- разработать систему и методы активного воздействия на объект управления и определить способы предвидения и прогнозирования изучаемых процессов;
- дать описание психологических явлений и привести их в систему, раскрыть закономерности и определить причинные связи между ними для разработки практических выводов и рекомендаций.
- анализировать психологические условия и особенности управленческой деятельности с целью повышения эффективности и качества работы в системе управления.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Психология управления» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору студента.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.2 Способен определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывая особенности поведения и интересы других участников.

УК-9.1 Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья;

УК-9.2 Способен планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья

УК-9.3 Способен взаимодействовать с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в социальной и профессиональной сферах

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Объект и предмет курса «Психология управления»

Тема 2. Личность как объект управления

Тема 3. Социальная группа как объект управления

Тема 4. Обзор теорий лидерства

Тема 5. Формы власти и влияния

Тема 6. Деловое общение. Психология публичного выступления

Тема 7. Управленческое общение

Тема 8. Этика управление
Тема 9. Конфликт в управленческой деятельности
Тема 10. Управление стрессом
Тема 11. Гендерные аспекты менеджмента
Тема 12. Основы трудового и профессионального ориентирования лиц с инвалидностью и ОВЗ

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 5 зачетных единиц (180 часов).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Организация добровольческой(волонтерской) деятельности»

30. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины –

- получение обучающимися теоретических знаний о добровольчестве (волонтерстве) как ресурсе личностного роста и общественного развития;
- формирование представлений о многообразии добровольческой (волонтерской) деятельности и мотивации добровольцев (волонтеров);
- приобретение практических навыков в сфере организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально-ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственным им организациям.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- вооружить обучающихся базовыми знаниями в области организации добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействия с социально-ориентированными НКО;
- сформировать умения для самостоятельного поиска и выбора материала для последующего изучения
- помощь в формировании лидерской позиции и развития инициативы и общественной активности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору студента.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов:

УК-3.2 Способен определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывая особенности поведения и интересы других участников.

УК-9.1 Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья;

УК-9.2 Способен планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья

УК-9.3 Способен взаимодействовать с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в социальной и профессиональной сферах

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития

Тема 2. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности

Тема 3. Организация работы с волонтерами

Тема 4. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 5 зачетных единиц (180 часов).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Современные офисные информационные технологии»

31. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целями освоения дисциплины «Современные офисные информационные технологии» являются формирование у студентов навыков работы со средствами офисных технологий в сложной информационной среде современного предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучение современных тенденций в развитии информационных технологий применительно к организаторско-управленческой информации;
- изучение типовых и специализированных методов работы в офисных приложениях MS Excel, MS Power Point, MS Word;
- изучение и реализация задач создания разноформатных документов;
- разработка презентационных проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий.
- изучение технологии использования программного обеспечения для анализа данных;
- изучение основных принципов и требований информационной безопасности;

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Современные офисные информационные технологии» входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины по выбору» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании компетенций и индикаторов:

- УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-1.2 Способен осуществлять поиск алгоритмов решения проблемной ситуации на основе доступных источников информации с применением современных информационных и коммуникационных средств и технологий.

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Информационные и телекоммуникационные технологии в офисной деятельности
2. Технологии создания текстовых документов
3. Технологии обработки деловой информации, представленной в виде электронных таблиц.
4. Системы внутреннего документооборота организации и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетных единицы (108 час.).

6. Форма контроля - зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Компьютерный практикум»

1.Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Компьютерный практикум» является: получение будущими специалистами знаний и практических навыков в решении стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Задачами дисциплины являются:

- получение знаний о современных технических средствах, информационных технологиях, программных продуктах и основных требованиях информационной безопасности;
- получение практических навыков использования основных программных приложений с целью обработки статистических (и других видов) данных, их оценки и представления в удобной визуальной форме.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Компьютерный практикум» является дисциплиной по выбору студентов направления 38.03.02 «Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина «Компьютерный практикум» базируется на знаниях, полученных в рамках школьного курса информатики и логически связана со следующими дисциплинами: «Информационные системы менеджмента», «Документационное обеспечение управления», «Управленческие решения».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина участвует в формировании компетенций и индикаторов:

- УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-1.2 Способен осуществлять поиск алгоритмов решения проблемной ситуации на основе доступных источников информации с применением современных информационных и коммуникационных средств и технологий.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Устройство ЭВМ.
2. Основы работы в операционной системе Windows
3. Задачи профессиональной деятельности, решаемые с помощью применения информационных технологий, Основы информационной безопасности.
4. Методы анализа информации и функционирования системы внутреннего документооборота
- 5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов**
- 6. Форма контроля: зачет**

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Инвестиционный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью курса является определить понятие реальных инвестиций, рассмотреть современную практику управления инвестициями, современную ситуацию в российской экономике и тенденции которые могут затронуть состояние инвестиционного климата.

Задачи курса: рассмотреть понятия и принципы управления инвестициями, систематизировано рассматривается его методический инструментарий, современные методы оценки и прогнозирования инвестиционного рынка и отдельных его сегментов, с новыми подходами к оценке инвестиционной привлекательности отраслей и регионов, вопросы разработки инвестиционной стратегии и формированию инвестиционного портфеля компании, оценки инвестиционных качеств отдельных проектов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Инвестиционный менеджмент» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина логически связана со следующими курсами: «Финансовый менеджмент» «Риск-менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат):

ПКС -2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии.

ПКС-3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды

4. Содержание дисциплины (модуля)

Наименование раздела

1. Экономическая сущность и формы инвестиций
2. Инвестиционный рынок.
3. Государство на рынке инвестиций.
4. Источники финансирования инвестиционной деятельности.
5. Методы финансирования инвестиций..
6. Инвестиционное проектирование.
7. Принятие инвестиционных решений.
8. Инвестиционное планирование.
9. Оценка эффективности инвестиций.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетных единицы (144 ч.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Инвестиционный анализ»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины — сформировать у обучающихся комплекс знаний в области инвестиционного менеджмента и инвестиционного анализа.

Основными задачами дисциплины являются: раскрыть теоретические основы инвестиционной деятельности; дать характеристику основным видам инвестиционных вложений; ознакомить с действующей практикой инвестиционного анализа охарактеризовать критерии и методы оценки инвестиционных проектов; изучить главные составляющие бизнес-плана инвестиционного проекта; отразить основы формирования инвестиционного портфеля; научить студентов выделять и оценивать инвестиционные риски.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Инвестиционный анализ» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина логически связана со следующими курсами: «Финансовый менеджмент» «Риск-менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

(бакалавриат):

ПКС -2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии.

ПКС-3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды

4. Содержание дисциплины (модуля)

Наименование раздела

10. Экономическая сущность и формы инвестиций
11. Инвестиционный рынок.
12. Государство на рынке инвестиций.
13. Источники финансирования инвестиционной деятельности.
14. Методы финансирования инвестиций..
15. Инвестиционное проектирование.
16. Принятие инвестиционных решений.
17. Инвестиционное планирование.
18. Оценка эффективности инвестиций.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетных единицы (144 ч.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

32. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - получение студентами знаний об обеспечении этичного происхождения продукции/услуг и потенциальных выгодах организации в результате реализации программ социальной ответственности.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- изучить требования к системам менеджмента социальной ответственности организаций;
- сформировать у студентов представление о механизмах реализации корпоративной социальной ответственности;
- освоить методы внедрения систем менеджмента корпоративной социальной ответственности;

- приобрести навыки интеграции социально значимых аспектов в другие системы менеджмента.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Курс «Корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной по выбору студентов учебного плана по направлению подготовки Менеджмент. Изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» основывается на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплин: «Психология управления», «Методы принятия управленческих решений», «Бизнес-планирование». Дисциплина логически связана с дисциплинами «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью», «Антикризисное управление» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-2.1: способен, применяя действующие правовые нормы, осуществлять юридически грамотные действия для определения круга задач и выбора способа их решения в рамках поставленной цели

- ПКС-1.2: способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические основы понятия и сущности корпоративной социальной ответственности.

Тема 2. Построение системы корпоративной социальной ответственности: потребность, необходимость и возможности.

Тема 3. Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности.

Тема 4. Взаимодействие государства и корпораций.

Тема 5. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности.

Тема 6. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности.

Тема 7. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации.

Тема 8. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации.

Тема 9. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.

Тема 10. Социальная отчетность корпораций.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление в социальной сфере»

33. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - комплексное ознакомление магистрантов с особенностью функционирования и механизмами управления социального сектора экономики.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- получение студентами знаний в области ключевых вопросов государственной социальной политики, государственной политики доходов;

- получение студентами сведений о качестве жизни, системы социальной защиты, программы государственной социальной помощи, проблемы и направления социальной политики в России в ходе экономических реформ в целом, и региона.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» «Управление социальной сферой» является дисциплиной по выбору. Изучение дисциплины «Управление социальной сферой» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Менеджмент», «Социальный маркетинг», «Методы принятия управленческих решений».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Управление в социальной сфере» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- УК-2.1: способен, применяя действующие правовые нормы, осуществлять юридически грамотные действия для определения круга задач и выбора способа их решения в рамках поставленной цели

- ПКС-1.2: способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основы государственного и муниципального управления социальной сферой

Тема 2. Понятие социальной сферы и особенности ее функционирования

- Тема 3. Управление образованием
Тема 4. Управление охраной здоровья населения
Тема 5. Управление в сфере культуры
Тема 6. Управление молодежной политикой
Тема 7. Регулирование занятости и трудовых отношений
Тема 8. Регулирование занятости и трудовых отношений
5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).
6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Кросс-культурный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области сравнительного менеджмента, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности в международном бизнесе.

Задачи дисциплины:

- обучить студентов теоретическим основам сравнительного менеджмента, позволяющим им овладеть современными методами управления мульти-национальной организацией;
- развить у студентов самостоятельность мышления при разработке концепции мульти культурной организации и ее структуры, творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в различных областях деятельности мульти-национальной организации;
- способствовать приобретению практических навыков в области существующих моделей менеджмента, условий их формирования и возможностей применения.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Кросс-культурный менеджмент» относится к базовой части учебного плана модуля 6. Данный курс опирается на курс «Менеджмент» и логически связан с дисциплинами: «Операционный менеджмент», «Стратегический менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Кросс-культурный менеджмент» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (**УК-5**);
- Способен понимать и принимать диалектику единства и многообразия культур (**УК-5.1**);
- Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений (**ПКС-1**);
- Способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений (**ПКС-1.2**).

4. Содержание дисциплины (модуля)

- Тема 1. Кросс-культурный менеджмент как научная дисциплина.
Тема 2. Культура в контексте сравнительного менеджмента
Тема 3. Параметры национальных деловых культур.
Тема 4. Межкультурные коммуникации

Тема 5. Мотивация в контексте кросс-культурного менеджмента

Тема 6. Менеджмент в США

Тема 7. Менеджмент в Европе (Германия, Франция, Великобритания, Швеция)

Тема 8. Менеджмент в Азии (Япония, Китай, Корея)

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Корпоративная культура»

1. Целью освоения дисциплины «Корпоративная культура» является формирование у будущего выпускника системных знаний об основных теориях и моделях корпоративной культуры и на этой основе формирование умений и навыков исследования, создания, поддержания и изменения корпоративной культуры для решения задач адаптации организации к внешней среде и интеграции ее внутренней среды для выживания в долгосрочной перспективе.

Задачами изучения дисциплины является:

- ознакомление с основными направлениями подходов к проблеме корпоративной культуры, ее изменению и развитию;
- определение роли имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни и умение создавать и поддерживать его.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Дисциплина «Корпоративная культура» относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Изучение дисциплины «Корпоративная культура» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплины «Менеджмент», «Теория организации», «Организационное поведение». Имеет логическую связь с курсами: «Управление человеческими ресурсами», «Стратегический менеджмент» и т.д.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Корпоративная культура» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (**УК-5**);
- способен понимать и принимать диалектику единства и многообразия культур (**УК-5.1**);
- способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений (**ПКС-1**);
- способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений (**ПКС-1.2**).

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие, структура и содержание корпоративной культуры

Тема 2. Системный подход к изучению культуры, основные компоненты корпоративной культуры

Тема 3. Факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры

Тема 4. Понятие и виды субкультур

Тема 5. Типология культур, характеристика основных типов

Тема 6. Содержание и показатели диагностики корпоративной культуры

Тема 7. Принципы и методы формирования и поддержания корпоративной культуры

Тема 8. Взаимосвязь культуры и стратегии организации

Тема 9. Изменение культуры организации.

Тема 10. Влияние корпоративной культуры на эффективность управления

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью курса 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.

Задачи дисциплины:

- усвоение сущности и содержания процесса управления персоналом организации;
- оценка места и роли управления персоналом в общей системе управления предприятием;
- разработка управленческого решения по совершенствованию использования человеческих ресурсов организации;
- оценка экономической и социальной эффективности проектов совершенствования системы и процессов управления человеческими ресурсами

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» относится к дисциплинам по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Управление человеческими ресурсами» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен работать в команде, проявлять лидерские качества и умения (УК-3.1).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Управление человеческими ресурсами: основные принципы, методы и подходы.

Тема 2. Функционально-целевая модель системы управления организацией

Тема 3. Цели, функции и организационная система управления персоналом

Тема 4. Кадровая политика организации

Тема 5. Маркетинг персонала

Тема 6. Набор и отбор персонала

Тема 7. Деловая оценка и аттестация персонала

Тема 8. Профессиональная и трудовая адаптация персонала

Тема 9. Управление деловой карьерой

Тема 10. Организация системы обучения персонала

Тема 11. Мотивация и стимулирование персонала

Тема 12. Конфликты в коллективе

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Деловые коммуникации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы, умение вести переговоры с партнерами.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение этических основ деловых отношений;
- освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций;
- знакомство с деловым этикетом и атрибутами делового общения;
- формирование личностно-нравственного облика.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Деловые коммуникации» относится к дисциплинам по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Деловые коммуникации» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

-способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (**УК-3**);

-способен работать в команде, проявлять лидерские качества и умения (**УК-3.1**).

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в основы теории коммуникации

Тема 2. Теоретические и прикладные модели социальной коммуникации

Тема 3. Виды коммуникации

Тема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций. Особенности публичного выступления

Тема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций

Тема 6. Деловая коммуникация как социокультурный механизм взаимодействия между социальной средой и речевым поведением

Тема 7. Управление коммуникацией

Тема 8. Деловое общение как социально-психологический механизм деловой коммуникации в профессиональной деятельности специалиста в сфере управления

Тема 9. Виды прагматической коммуникации в деятельности специалиста сферы управления

Тема 10. Спор, дискуссия, полемика. Происхождение и психологические особенности

Тема 11. Технологии самопрезентации

Тема 12. Вербальные средства коммуникации в деятельности специалиста сферы управления

Тема 13. Невербальные средства коммуникации в управлении

Тема 14. Имидж делового человека. Этикет как технология делового общения

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Инновационный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью преподавания учебной дисциплины «Инновационный менеджмент» является формирование у студентов системных экономических знаний, навыков владения методами научного решения проблемных вопросов управления инновационными процессами, умений и навыков, достаточных для будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Инновационный менеджмент»: изучить теоретические основы инновационного менеджмента, его место в условиях рыночной экономики; рассмотреть управление инновационной деятельностью как необходимую функцию, направленную на постоянное ее приспособление к изменениям внешней среды; определять тенденции развития научно-технического прогресса в конкретных секторах экономики; организовывать управление развитием организаций, предприятий и учреждений; разрабатывать проекты внедрения нововведений; создавать системы управления инновациями; формировать благоприятный инновационный климат и условия для адаптации организаций к нововведениям; принимать решения, направленные на стимулирование роста инновационной активности организаций, регионов, отраслей и экономики.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационный менеджмент» входит в вариативную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент», направленность «Маркетинг».

В ходе изучения дисциплины углубляются теоретические, методические и практические знания, полученные студентами по таким дисциплинам, как «Управление проектами», «Документационное обеспечение управления». Дисциплина логически связана со следующими дисциплинами: «Методы принятия управленческих решений», «Операционный менеджмент» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень: бакалавриат):

ПКС -2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии.

ПКС-3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды

4. Содержание дисциплины (модуля)

2. Инноватика как область знаний
3. Теории инновационного развития. Технологические уклады в экономике
4. Классификация нововведений. Мотивы инновационной деятельности в организациях
5. Государственная инновационная политика
6. Инфраструктура инновационной деятельности
7. Инновационный процесс: этапы, сущность, содержание. Жизненный цикл инновации
8. Диффузные процессы в инновационной среде. Трансферт инноваций
9. Инновационный потенциал организации: оценка и использование
10. Инновационные программы и проекты

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 4 зачетных единиц (144 ч.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг инноваций»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью курса является изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводами и продвижением на рынок инноваций, а также выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

Задачами дисциплины являются: изучение основных концепций генерации новых идей, продуктов и технологий, закономерностей распространения инноваций на рынках, способах продвижения инноваций; формирование представлений о принципах и механизмах управления разработкой, распространением и продвижением инноваций; формирование умений анализа существующих и потенциальных запросов потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя с учетом особенностей жизненного цикла продукта, технологий и ключевых компетенций компаний; формирование умений сегментирования рынков, выбора целевых сегментов и четкое позиционирование инновационного продукта; формирование умений анализа процессов и проектирования механизмов управления распространением и продвижением инноваций; приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга инноваций, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг инноваций» входит в вариативную часть ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Для наиболее эффективного усвоения знаний и приобретения практических навыков инновационного менеджмента студенты должны иметь достаточную подготовку как в области общих социально-экономических и общих математических естественнонаучных дисциплин, так и в области общепрофессиональных дисциплин.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень: бакалавриат). Код и наименование компетенций выпускника: ПКС -2. Способен проводить анализ маркетинговых показателей по направлениям на основе типовых методик и разрабатывать функциональные маркетинговые стратегии. Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника: ПКС 2.1. Способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию. ПКС-2.3 Способен выявить перспективные направления развития бизнеса на основе анализа рынка и быть в состоянии разработать функциональные маркетинговые стратегии для новых направлений бизнеса

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Методы генерации идей в организации

Тема 2. Восприятие инноваций в организации

Тема 3. Диффузия инноваций и жизненный цикл товара (ЖТЦ)

Тема 4. Восприятие потребителем инноваций

Тема 5. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок

Тема 6. Инновационный маркетинг

Тема 7. Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети

Тема 8. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 ч.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Антикризисное управление»

1.Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Антикризисное управление» является формирование знаний об особенностях антикризисного управления в РФ, а также процедурах несостоятельности (банкротства).

Программа предполагает следующие **задачи** курса «Антикризисное управление»:

- изучить причины возникновения состояния несостоятельности (банкротства);
- изложить арбитражно-процессуальные и внесудебные процедуры, применяемые в отношении предприятий-банкротов в РФ;
- изучить особенности диагностики риска банкротства организаций;
- изучить особенности методики финансового анализа неплатежеспособных организаций;
- изучить особенности бизнес-планирования на несостоятельных предприятиях;
- изложить пути финансового оздоровления неплатежеспособных организаций.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Антикризисное управление» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору.

Изучение дисциплины «Антикризисное управление» основывается на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплин: «Бизнес-планирование», «Основы предпринимательской деятельности».

Данная дисциплина логически связана с такими курсами, как «Корпоративная социальная ответственность», «Маркетинговые исследования», «Международный маркетинг», «Управление продуктом», а также для прохождения организационно-управленческой практики.

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Антикризисное управление» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование профессиональных компетенций по данному направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (уровень бакалавриата):

Код и наименование компетенций выпускника

ПКС -3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

ПКС - 3. 2. Способен разрабатывать стратегические и тактические решения на основе анализа внутренней среды предприятия и изменения внешних факторов.

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Кризисы в социально-экономическом развитии.

Тема 2. Сущность и основные характеристики антикризисного управления.

Тема 3. Государственное антикризисное регулирование.

Тема 4. Банкротство предприятия в современных условиях.

Тема 5. Диагностика кризисов в организации.

Тема 6. Стратегия и тактика антикризисного управления.

Тема 7. Маркетинг в антикризисном управлении.

Тема 8. Реструктуризация кризисной организации.

Тема 9. Инвестиции, инновации и управление рисками.

Тема 10. Антикризисное управление персоналом.

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов)

6.Форма контроля - экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление продуктом»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление продуктом» является углубление знаний студентов, обеспечивающих эффективную организацию маркетинговой деятельности; получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Основные задачи дисциплины «Управление продуктом»:

- формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании;
- создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих успешно применять полученные знания на практике.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление продуктом» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент и предназначена для студентов очной, очно – заочной и заочной форм обучения. Курс «Управление продуктом» разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 – менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 №970. и базируется на знании основ экономической теории, предпринимательской деятельности, менеджмента, психологии, социологии, организационного поведения, экономико-математического моделирования. В ходе изучения дисциплины углубляются теоретические, методические и практические знания, полученные студентами по таким дисциплинам, как «Бизнес-планирование», «Основы предпринимательской деятельности» и других. Данная дисциплина логически связана с такими курсами, как «Корпоративная социальная ответственность», «Маркетинговые исследования», «Международный маркетинг».

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управление продуктом» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов профессиональных компетенций по данному направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (уровень бакалавриата):

Код и наименование компетенций выпускника

ПКС -3. Способен принимать обоснованные управленческие решения в условиях конкурентной среды.

Код и наименование индикаторов достижения компетенций выпускника

ПКС - 3. 2. Способен разрабатывать стратегические и тактические решения на основе анализа внутренней среды предприятия и изменения внешних факторов.

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Маркетинговое понимание товара. Классификация

Тема2. Управление товаром и его жизненным циклом

Тема 3. Разработка и внедрение на рынок новых товаров

Тема 4. Управление качеством и конкурентоспособностью товаров

Тема 5. Решения о рыночной атрибутике товаров

Тема 6. Понятие бренда и брендинга

Тема 7. Реклама как элемент обеспечения конкурентоспособности товара

Тема 8. Управление распределением товара

Тема 9. Управление ценообразованием как элемент управления товаром

Тема 10. Услуги, связанные со сбытом и эксплуатацией товаров

5.Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов)

6.Форма контроля - экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление конкурентоспособностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - изучение современной теории конкуренции, овладение практическими навыками организации и проведения анализа деятельности конкурентов; анализа конкурентной среды компании; сравнительного анализа деятельности конкурентов.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- определить фундаментальные факторы, определяющие успех в конкурентной борьбе;
- овладеть технологиями сбора информации о конкурентах и ее анализ, проведения оценок конкурентоспособности компании и конкурентов;
- сформировать навыки анализа индивидуальных характеристик конкурентов, отраслевых факторов конкуренции, конкурентных преимуществ, анализа деятельности конкурентов;
- научить формулировать стратегию, основанную на результатах конкурентного анализа и выявленных конкурентных преимуществах.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью» входит в вариативную часть ОПОП ВО по выбору студента по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе курсов: «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Управление конкурентоспособностью» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-2.1: Способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Конкуренция, как фактор маркетинговой среды предприятия

Тема 2. Роль государства в обеспечении и регулировании конкуренции

Тема 3. Конкурентные преимущества

Тема 4. Конкурентоспособность товара

Тема 5. Конкурентоспособность фирмы

Тема 6. Диагностика конкурентной среды фирмы

Тема 7. Конкуренты и конкурентный анализ

Тема 8. Информационное обеспечение анализа деятельности конкурентов

Тема 9. Технология анализа деятельности конкурентов

Тема 10. Разработка и реализация стратегий конкуренции

Тема 11. Конкурентные стратегии и конкурентные преимущества в различных условиях

Тема 12. Модели конкурент - менеджмента ведущих корпораций

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Конкурентный анализ»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - изучение современной теории конкуренции, овладение практическими навыками организации и проведения анализа деятельности конкурентов; анализа конкурентной среды компании; сравнительного анализа деятельности конкурентов.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- определить фундаментальные факторы, определяющие успех в конкурентной борьбе;
- овладеть технологиями сбора информации о конкурентах и ее анализ, проведения оценок конкурентоспособности компании и конкурентов;
- сформировать навыки анализа индивидуальных характеристик конкурентов, отраслевых факторов конкуренции, конкурентных преимуществ, анализа деятельности конкурентов;
- научить формулировать стратегию, основанную на результатах конкурентного анализа и выявленных конкурентных преимуществах.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Конкурентный анализ» входит в вариативную часть ОПОП по выбору студента по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе курсов: «Основы маркетинга», «Методы принятия управленческих решений». Учебная дисциплина «Конкурентный анализ» логически связана со следующими дисциплинами: «Управление маркетингом», «Стратегический менеджмент», «Управление качеством» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Конкурентный анализ» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- ПКС-2.1: Способен проводить анализ рынка и конкуренции и разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Роль конкуренции в рыночной экономике

Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения

Тема 3. Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа

Тема 4. Доминирующие экономические характеристики конкурентного анализа.

Силы, вызывающие изменения в отрасли

Тема 5. Анализ конкурентных сил М. Портера, действующих на фирму

Тема 6. Оценка конкурентных позиций и возможных действий конкурирующих компаний

Тема 7. Определение ключевых факторов конкурентного успеха

Тема 8. Обобщение отраслевого и конкурентного анализа

Тема 9. Анализ рынка: обзор лучших практик, применяемых российскими компаниями

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля – зачет.

Аннотация к дисциплине «Тайм-менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель курса «Тайм-менеджмент» - способствовать подготовке квалифицированных специалистов, способных в современных условиях, не нарушая этических норм, успешно решать сложные задачи управления, умело организовать свою деятельность.

Задачи курса «Тайм-менеджмент» состоят в следующем:

- студент должен иметь представление об управленческом труде руководителей;
- студент должен знать материал по самоуправлению;
- студент должен уметь рационально организовать свой труд;
- студент должен приобрести навыки организации деловых переговоров, встреч, телефонных разговоров.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина является факультативной и входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ОП. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами «Теория организаций», «Персональный менеджмент». Дисциплина имеет логические взаимосвязи со следующими дисциплинами: «Организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами», «Деловые коммуникации» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Тайм-менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов универсальных компетенций и индикаторов по направлению подготовки 38.03.02 –Менеджмент:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

УК-6.1 - способен определить круг задач саморазвития и профессионального роста и умеет использовать основные возможности и инструменты непрерывного образования;

УК-6.2 - способен на основе технологий самоменеджмента выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в течение всей жизни;

УК-6.3 - Способен использовать инструменты и методы управления временем при выполнении проектной деятельности

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в Тайм-менеджмент

Тема 2. Основные направления научной организации труда (НОТ) руководителя

Тема 3. Планирование индивидуальной работы руководителя

Тема 4. Планирование индивидуальной работы руководителя

Тема 5. Организация рабочего дня руководителя, управление временем.

Тема 6. Информация в управлении деятельности руководителя, информационное обеспечение управлением: цели и задачи

Тема 7. Причины дефицита времени. Инвентаризация времени Оценка и анализ самоорганизации руководителя

Тема 8. Работоспособность и личный контроль в деятельности менеджера

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Конфликтология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью курса является формирование у студентов целостного представления о современной теории и практике изучения конфликтов, навыках профессионального

поведения в конфликтных ситуациях и регулирования конфликтов, что позволит будущим специалистам оптимизировать взаимодействие с персоналом, клиентами, предупредить трудности взаимного непонимания, наладить отношения сотрудничества.

В процессе изучения курса «Конфликтология» необходимо решение следующих задач:

- изучить теоретические основы конфликта, закономерности его возникновения и протекания;
- ознакомить с основными направлениями развития конфликтологической науки;
- показать многообразие конфликтов, их естественную неизбежность;
- сформировать умение принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях;
- помочь овладеть технологиями регулирования конфликтов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Конфликтология» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина является факультативной дисциплиной. Курс «Конфликтология» наиболее тесно связан с дисциплинами управленческого цикла «Менеджмент», «Организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами». Учебная дисциплина «Конфликтология» базируется на знаниях основ экономики, менеджмента, общей психологии, социологии, этики, истории.

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Конфликтология» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов общекультурных и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (уровень бакалавриата):

Универсальных компетенций и индикаторов (УК):

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1 Способен работать в команде, проявлять лидерские качества и умения

УК-3.2 Способен определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывая особенности поведения и интересы других участников

УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

УК-9.1 Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья

УК-9.2 Способен планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья

УК-9.3 Способен взаимодействовать с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в социальной и профессиональной сферах.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Конфликтология: предмет, цели, значение в обществе
2. Возникновение и развитие конфликтологических идей
3. Общая теория конфликта
4. Внутриличностные конфликты: специфика, формы проявления
 5. Межличностные и групповые конфликты: многообразие сфер существования
 6. Организационные конфликты: особенности протекания
 7. Методы исследования и диагностики конфликтов
 8. Прогнозирование и предупреждение конфликтов
 9. Управление социальными конфликтами
 10. Переговорный процесс как технология регулирования конфликтов
5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 часа

6. Форма контроля: экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Стартап в цифровой среде»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины –

- формирование знаний и компетенций, необходимых при работе в стартап-среде у специалиста в сфере коммуникаций;
- развитие интереса у студентов к сфере предпринимательства, понимания преимуществ, возможностей, а также проблем и рисков, связанных с развитием стартапов в цифровой среде;
- ознакомление студентов с процессами и инструментарием жизнеспособного стартапа.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- научить обучающихся оперировать основными понятиями стартап-среды, знать жизненный цикл стартапа, понимать подходы поиска и формирования идеи для стартапа;
- знать принципы анализа конкурентной среды, уметь находить и анализировать информацию о конкурентах из открытых источников;
- изучить полный комплекс вопросов по организации, жизненному циклу, формированию КРП и контролю в бизнесах, созданных с нуля;
- знать основные подходы к оценке эффективности стартапа;
- понимать принципы создания минимальной продуктовой ценности, выявлять и верифицировать потребителей.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Стартап в цифровой среде» является факультативной дисциплиной и относится к части, формируемой участниками основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Стартап в цифровой среде» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- способен применять навыки проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности (ПКС-1.1);
- способен понимать различия кросс-культурной среды и применять различные стратегии маркетинга для принятия управленческих решений(ПКС-1.2)

4.Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основные понятия стартап-среды

Тема 2. Мотивации предпринимателя и ее виды.

Тема 3. Команда стартапа.

Тема 4. Анализ конкурентов и рынка.

Тема 5. Бизнес-модель и модели монетизации стартапов в цифровой среде.

Тема 6. Особенности и отличия аудитории стартапов.

Тема 7. Маркетинг и PR стартапа.

Тема 8. Оценка эффективности стартапа и метрики

Тема 9. Ведение переговоров и развитие бизнеса

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля - зачет.