

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые коммуникации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель изучения дисциплины - формирование у будущих специалистов твердых теоретических и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций с целью повышения эффективности организаций и регулирования спроса и предложения на рынке.

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

- изучение особенностей маркетинговых коммуникаций;
- анализ процесса влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирования сбыта продукции;
- проведение выбора наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций;
- позиционирование бренда предприятия и развитие основных направлений его коммуникационной деятельности;
- изучение отдельных средств маркетинговых коммуникаций, специфики их функций;
- определение места и роли новейших информационных каналов в структуре маркетинговых коммуникаций.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Маркетинговые коммуникации» представляет структурный элемент ОПОП ВО учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг» и входит в ее вариативную часть.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные компетенции:

ПК -2. Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

ПК-12. Уметь организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия органа государственного или муниципального управления).

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
3. Социально-психологические аспекты рекламы.
4. Реклама: использование тизер – приемов и провокаций.
5. Разработка рекламной кампании и оценка ее эффективности.
6. Сущность и функции Паблик – рилейшнз (ПР). Реклама и ПР. Методы ПР..
7. Процесс ПР – компании и его этапы. Структура службы и ее функции.
8. Прямой маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
9. Стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций.
10. Мерчендайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.
11. Личные продажи в системе маркетинга.

- 12.Интерактивный маркетинг.
- 13.Электронная коммерция в системе маркетинговых коммуникаций.
- 14.Особенности работы с рекламными агентствами.
- 15.Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.
- 5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетные единицы (180 часов).**

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое ценообразование»

1. Цель и задачи дисциплины(модуля)

Цель дисциплины состоит формирование 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 (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина **«Маркетинговое ценообразование»** входит в вариативную часть «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг»..

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на (или участвует в) формирование (и) следующих компетенций:

ПК-5. Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

ПК - 10 Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

ПК-14. Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета

ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Основные теоретические концепции цены
2. Виды и функции цен
3. Регулирование цен
4. Ценообразование и структура рынка
5. Ценовая политика предприятия
6. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегии ценообразования
7. Методы затратного ценообразования
8. Методы рыночного ценообразования
9. Параметрические методы определения цен
10. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы
11. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности
12. Особенности ценообразования на различных рынках

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

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Основы менеджмента»

1. Цели освоения дисциплины (модуля).-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.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- 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;
- 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 (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина «Основы менеджмента» входит в базовую часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг»..

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на (или участвует в) формирование (и) следующих компетенций:

Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);

Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2).

4.Содержание дисциплины (модуля)

1. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики.
 2. Организация и ее среда (Интра- и инфраменеджмент).
 3. Коммуникационные процессы в менеджменте.
 4. Разработка управленческих решений в менеджменте
 5. Природа и состав функций менеджмента.
 6. Механизм управления: средства и методы менеджмента.
 7. Групповая динамика.
 8. Стил менеджмента.
 9. Власть и партнерство.
 10. Управление конфликтами и стрессами в организации.
 11. Культура менеджмента
 12. Этика деловых отношений
 13. Самоменеджмент.
 14. Эффективность управления.
- 5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетных единиц (180 часов).**
- 6. Форма контроля - экзамен.**

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Сравнительный менеджмент»

Целью подготовки студентов по дисциплине является получение знаний, умений и навыков, позволяющих принимать обоснованные решения в сфере управления международными коллективами и международными деловыми организациями.

Задачи:

- анализ и сравнительная оценка поведения личностей и групп, принадлежащих к различному национально-культурному контексту;
- изучение базовых вопросов кросскультурной коммуникации и мотивации сотрудников международных компаний.
- исследование взаимосвязи общих, единых подходов в менеджменте (международного менеджмента) и специфических характерных черт различных школ, что и определяет основное содержание сравнительного менеджмента;
- показать объективную зависимость каждой школы менеджмента от национальной культуры и специфики развития основных направлений в бизнесе региона и страны;
- показать характерные черты в формировании, развитии основных тенденций в каждой школе (американской, европейской и японской);
- раскрыть зависимость формирования и развития школ менеджмента от процессов глобализации бизнеса и характерных черт национальной культуры и традиций во взаимоотношениях между людьми;
- охарактеризовать основные составляющие в подготовке менеджеров для успешной работы в крупных компаниях и в малом (национальном) бизнесе.

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

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

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на (или участвует в) формирование (и) следующих компетенций:

ПК-15 Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

ПК – 16 Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

4.Содержание дисциплины (модуля)

1. Сравнительный менеджмент как научная дисциплина.
2. Культура в контексте сравнительного менеджмента.
3. Параметры национальных деловых культур.
4. Межкультурные коммуникации.
5. Мотивация в контексте сравнительного менеджмента.
6. Менеджмент в США.
7. Модели экономического развития и роль государства в экономике европейских стран
8. Деловые культуры и менеджмент в Европе.
9. Концепция евроменеджмента.
- 10.Немецкая модель менеджмента.
- 11.Французская модель менеджмента.
- 12.Менеджмент в Великобритании.
- 13.Шведская модель менеджмента.
- 14.Японская модель менеджмента.
- 15.Менеджмент Кореи
- 16.Китайский менеджмент
- 17.Российский менеджмент.

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

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Теория организации»

2. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель 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.

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 (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина «Теория организации» входит в базовую 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:

а) общекультурные компетенции:

ОК-6. Способность к самоорганизации и самообразованию;

б) общепрофессиональные компетенции:

ОПК-3. Способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

в) профессиональные компетенции:

ПК-1. Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Теория организации и ее место в системе наук.
2. Организация как система.
3. Организационные структуры управления субъектов предпринимательской деятельности.
4. Самоорганизация в природе и обществе.
5. Законы организации и их приложения
6. Принципы организации.
7. Организация и управление
8. Организационная культура.
9. Субъекты и объекты организаторской деятельности.

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

6. Форма контроля - экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование общепрофессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры).

Задачами освоения учебной дисциплины являются: готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными обобщенными задачами дисциплины являются:

- **приобретение** понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;

- **овладение** приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;

- **формирование:**

- культуры безопасности, экологического сознания и риск ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;

- культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;

- готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;

- мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;

- способностей к оценке вклада своей предметной области в решение проблем безопасности;

- способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина включена в базовый раздел учебного плана 38.03.02. Менеджмент.

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» - обязательная дисциплина федеральных государственных образовательных стандартов всех направлений высшего образования (бакалавриата). В структуре ОПОП она находится в базовой части профессионального цикла.

На изучение курса «Безопасность жизнедеятельности» отводится 108 часов (из них лекционных - 15 ч., практических - 15 ч. и для самостоятельной работы – 78 ч.), форма аттестации – зачет, курс – 3, семестр -6.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО: общекультурными компетенциями (ОК): - способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Теоретические основы БЖД.

Особенности структурно-функциональной организации
человека

Психология в проблеме безопасности

Негативные факторы в системе человек-среда

Вредные физические факторы

Социальные опасности

Природные опасности

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Инвестиционный анализ»

1.Цели и задачи освоения дисциплины.

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.

Российская экономика, российский бизнес испытывает острую потребность в реальных инвестициях, причем внутренние источники отнюдь не исчерпаны. Напротив, россияне располагают существенными сбережениями, которые они по прежнему вынуждены хранить не в форме инвестиций в действующее отечественное производство, а в иностранной валюте, вкладах в зарубежные банки и акциях иностранных компаний. Причины этого феномена также будут являться предметом данного курса.

В данном курсе рассматриваются понятия и принципы управления инвестициями, систематизировано рассматривается его методический инструментарий. Курс «Инвестиционный анализ» призван ознакомить студентов с современными методами оценки и прогнозирования инвестиционного рынка и отдельных его сегментов, с новыми подходами к оценке инвестиционной привлекательности отраслей и регионов. Также уделено внимание вопросам разработки инвестиционной стратегии и формированию инвестиционного портфеля компании, оценки инвестиционных качеств отдельных проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Инвестиционный анализ» относится к вариативной части по выбору дисциплин при подготовке магистров по направлению подготовки менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

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

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных в операциями на мировых рынках (ПК-4)
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7)
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

- 1 Экономическая сущность и виды 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: 5 зачетные единицы, 180 часов

6. Форма контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык» 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 общекультурной компетенции.

ОК-4 - способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,

ОК-6 - способность к самоорганизации и самообразованию.

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 «История и культура народов КБР»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

1.1. Основная цель:

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «История и культура народов КБР» является формирование у студентов наиболее полного представления об основных этапах истории кабардинцев, балкарцев и других народов, проживающих в Кабардино-Балкарской республике; сформировать у студентов представление о сущности культуры, ее роли в жизни общества, материальной и духовной культуре адыгов (черкесов) и балкарцев в прошлом и настоящем.

1.2. Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов навыков понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, места человека в историческом процессе;
- стимулирование студентов к самостоятельному творческому труду;
- выработка у студентов цельного образа истории народов КБР с пониманием ее специфических проблем;
- формирование у студентов необходимого минимума знаний по проблемам культурного развития кабардинцев и балкарцев, взаимосвязи среды обитания народов с их культурой;
- дать студентам необходимые знания по вопросам феномена «адыгэ хабзэ» (адыгского этикета), тау адет (балкарского этикета), и их роли в жизни народов;
- рассмотреть традиционные общественные институты адыгов (черкесов) и балкарцев, их функции и религиозные верования в различные исторические эпохи;
- раскрыть и изучить со студентами проблемы становления и развития «высокой профессиональной» культуры – народного образования, науки, литературы, искусства, языка народа.

Изучение целостного курса истории и культуры народов КБР совместно с другими дисциплинами; формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно исторического процесса, основных этапах и содержании кабардино-балкарской истории, анализирование ее места в контексте российской истории. Формирование профессиональной и культурной компетенций личности студента в процессе изучения дисциплины; воспитание у студентов уважительного отношения к культурно-историческому наследию кабардинского и балкарского народов, воспитание гражданственности и патриотизма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.

Дисциплина «История и культура народов КБР» относится к базовой части ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент». 1 семестр, 4 зачетные единицы, экзамен.

Логически и содержательно-методически данная дисциплина связана с таким базовым курсом, как: «История».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении дисциплины особый акцент сделан на реализацию компетентного подхода, предусматривающего использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций, групповых дискуссий). Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет более 10 % аудиторных занятий.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-02 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования патриотизма и гражданской позиции; ОК-05 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Раздел 1. История народов КБР

Раздел 2. Культура народов КБР

5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 часов **6. Форма контроля:** экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История»

Целью дисциплины «История» является: 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.

Основные задачи дисциплины:

- 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 В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «История» относится к базовой части Блока 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. В рамках курса «История» рассматривается всемирная история и история России в ее контексте с древнейших времен до наших дней и ориентирована на освоение студентами содержания основных этапов всемирной истории в исторической ретроспективе и овладение различными способами познавательной деятельности, которые должны лечь в основу познавательной, воспитательной, мировоззренческой функций истории. Изучение «Истории» создает основу для дальнейшего углубленного понимания различных сторон развития общественной жизни: экономики, социальных отношений, литературы, права и др. Знание материала данного курса содействует пониманию специфики проявления в истории наиболее общих закономерностей и тенденций исторического развития, а также пониманию возможностей ее настоящего и будущего развития.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» направлена на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): **Общекультурные компетенции (ОК): ОК-2** – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ ПЕРВОБЫТНОГО ОБЩЕСТВА, ДРЕВНЕГО МИРА И СРЕДНЕВЕКОВЬЯ

РАЗДЕЛ 2. РОССИЯ И МИР В ПОЗДНЕЕ СРЕДНЕВЕКОВЬЕ И НОВОЕ ВРЕМЯ

РАЗДЕЛ 3. НОВЕЙШИЙ ПЕРИОД ИСТОРИИ

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Компьютерный практикум»

Целями освоения дисциплины «Компьютерный практикум» являются формирование у студентов устойчивых навыков работы в сложной сетевой информационной среде современного предприятия, офиса.

Задачами дисциплины являются:

- 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 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. Дисциплина является общим инструментальным основанием для всех математических и финансово-экономических дисциплин, входящих в ОПОП бакалавра менеджмента.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В процессе изучения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями в соответствии с ФГОС ВО:

Общепрофессиональными и профессиональными компетенциями (ОПК и ПК)

Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1	Информационные и телекоммуникационные технологии в офисной деятельности
2	Информационные и телекоммуникационные технологии: эволюция, тенденции и перспективы развития.
3	Роль и возможности информационных технологий в решении офисных задач.
4	Характеристики и классификация офисного программного обеспечения. Особенности информационных технологий в организациях различного типа.
5	Технологии создания текстовых документов
6	Способы сохранения, поиска и открытия файлов.
7	Технологии обработки информации, представленной в виде электронных таблиц.

8	Интерфейс редактора электронных таблиц. Настройка редактора. Создание табличного документа.
9	Форматирование таблиц. Использование макросов для расширения возможностей пользователя.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетные единицы, 180 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Конфликтология».

1. Цели и задачи освоения дисциплины

В систему подготовки управленческих кадров практически всех специальностей включена такая дисциплина как «Конфликтология». Разработанные методические указания помогают усвоить необходимый объем знаний для будущего управленца, потому что эффективность его работы во многом зависит, с одной стороны, от умения правильно оценивать подчиненных, выявлять мотивы их поведения, а с другой стороны, от умения правильно с психологической точки зрения оценить свой собственный труд.

В настоящее время в технологически передовых предприятиях развитых стран важнейшее место в осуществлении управленческого воздействия занимает психология, позволяющая максимально эффективно осуществлять взаимодействие между руководителем и подчиненными, организовывать работу так, чтобы сотрудники были максимально удовлетворены не только вознаграждением за труд, но и получали удовольствие от самого процесса труда.

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 в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Конфликтология» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина относится к вариативной части блока 1 и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Конфликтология» наиболее тесно связан с дисциплинами управленческого цикла «Менеджмент», «Организационное поведение», «Управление персоналом», «Маркетинг», «Персональный менеджмент». 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):

Общекультурных компетенций (ОК):

ОК-5 Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Профессиональных компетенций (ПК) по видам профессиональной деятельности:

ПК-2 Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе и в межкультурной среде.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Объект и предмет курса «Конфликтология»
2. Социальная группа как объект управления.
3. Обзор теорий лидерства.
4. Управленческое общение.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетные единицы, 180 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Линейная алгебра»

Цели и задачи освоения дисциплины

Математика играет важную роль в естественно-научных, инженерно-технических, химико – биологических и экономических исследованиях и является для многих отраслей знаний не только орудием количественного расчета, но также методом точного исследования и средством предельно четкой формулировки понятий и проблем. Без современной математики с ее развитым логическим и вычислительным аппаратом был бы невозможен прогресс в различных областях человеческой деятельности.

Математика является не только мощным средством решения прикладных задач и универсальным языком науки, но также и элементом общей культуры. Поэтому математическое образование следует рассматривать как важнейшую составляющую часть системы фундаментальной подготовки современного менеджера-управленца. В экономических науках разрабатывают новые приложения математических методов. Новизна обычно выражается одним из двух способов: развитие новой экономической теории и развитие новых математических подходов, которые позволяют проникнуть в суть или решить проблемы современного менеджера. При этом используемые математические средства чрезвычайно разнообразны. Роль математики в современной экономике постоянно возрастает. Это связано с тем, что, во-первых, без математического описания целого ряда явлений действительности трудно надеяться на их более глубокое понимание и освоение, а, во-вторых, развитие менеджмента (маркетинга), технических и некоторых других наук предполагает широкое использование математического аппарата.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В структуре ОПОП академического бакалавриата дисциплина «Линейная алгебра» относится к первому блоку и принадлежит его базовой части.

Приступая к изучению данной дисциплины обучающийся должен обладать компетенциями предусмотренными стандартами среднего полного образования.

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:

- Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Краткое введение в алгебру. Теоретико-множественные понятия. Сведения об отображениях. Определитель 2-го и 3-го порядков. Системы линейных уравнений. Метод Гаусса. Правило Крамера.
Векторы. Линейные операции над векторами. Скалярное произведение векторов. Свойства.
Векторное произведение векторов. Геометрический смысл векторного произведения. Смешанное произведение векторов. Свойства. Геометрический смысл смешанного произведения.
Перестановки и подстановки. Понятие перестановки. Теорема о числе перестановок. Четные и нечетные перестановки. Умножение подстановок.
Определители n -го порядка. Свойства определителя.
Миноры и алгебраические дополнения. Методы вычисления определителя. Теорема Лапласа.
Операции над матрицами. Линейные операции над матрицами. Умножение матриц. Свойства. Теорема об определителе произведения матриц.
Обратная матрица. Критерий обратимости матрицы.
Арифметические векторные пространства. Понятие n -мерного вектора. Линейная зависимость строк (столбцов) матрицы.
Ранг матрицы. Теорема о ранге матрицы. Вычисление ранга матрицы.
Системы линейных уравнений. Теорема Кронекера-Капелли. Исследование СЛУ.
Системы линейных однородных уравнений. Фундаментальная система решений (ФСР). Теорема о числе решений ФСР.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы, 288 часов

6. Форма контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе «Математический анализ»

Целью дисциплины «Математический анализ» является формирование комплекса основных теоретических и практических знаний по математическому анализу, необходимых для решения задач, возникающих в практической экономико-управленческой деятельности. А именно получение базовых знаний по математическому анализу: множества, операции над множествами, функция, предел и непрерывность функции, производная функции, исследование и построение графиков функции, неопределенный и определенный интегралы, приложения дифференциального исчисления, интегральное исчисление функции и его приложения, ряды.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов знаний по математическому анализу для успешного овладения общенаучными и профессиональными дисциплинами на необходимом научном уровне;

- развитие у студентов логического и алгоритмического мышления;
- формирование умения самостоятельно применять законы и методы математического анализа для решения профессиональных задач;
- выработать умения и навыки вычисления предела, нахождения производных и интегралов, доказательство свойств и теорем, относящихся к основным понятиям математического анализа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В структуре ОПОП бакалавриата дисциплина «Математический анализ» относится к первому блоку. Приступая к изучению данной дисциплины обучающийся должен обладать компетенциями предусмотренными стандартами среднего полного образования.

В результате освоения данной дисциплины, полученные знания будут необходимы как предшествующие при изучении дисциплин «Теория вероятности и математическая статистика», «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:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

<i>Введение в математический анализ</i>
<i>Дифференциальное исчисление</i>
<i>Интегральное исчисление</i>

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)

6. Форма контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Организация продаж»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебная программа курса ориентирует слушателей на вопросы, связанные с разработкой, внедрением и совершенствованием систем менеджмента социальной ответственности в организациях.

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

Задачи курса:

- 1) Изучить требования к системам менеджмента социальной ответственности организаций;

- 2) Сформировать у студентов представление о механизмах реализации корпоративной социальной ответственности;
- 3) Освоить методы внедрения систем менеджмента корпоративной социальной ответственности;
- 4) Приобрести навыки интеграции социально значимых аспектов в другие системы менеджмента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс «Организация продаж» является дисциплиной по выбору студентов учебного плана по направлению «Менеджмент»

Изучение дисциплины «Организация продаж» основывается на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплин: «Теория менеджмента», «Организационное поведение», «Психология менеджмента». Дисциплина позволит расширить теоретическую подготовку бакалавра, углубить знание прикладных вопросов, связанных с управлением организациями в условиях рыночной экономики, уяснить необходимость социально ответственного поведения бизнеса.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные или профессионально-прикладные компетенции.

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

1. Общекультурных компетенций (ОК):

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);

2. Профессиональных компетенций:

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Раздел 1. Основные понятия дисциплины организации продаж
Раздел 3. Механизмы реализации организации продаж
Раздел 4. Горизонты политики в области организации продаж

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Правовое регулирование управленческой деятельности»

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Правовое регулирование управленческой деятельности» является:

- сформировать знания об основах правового регулирования как в государственном аппарате, так и в других сферах (юридическое обслуживание предпринимательской деятельности, управление организациями, кадровое дело и т.д.);
- формирование представления об управленческих отношениях; субъектах управленческих отношений; о правовом статусе органов исполнительной власти; о мерах государственного принуждения, особенностях государственного управления, выработка позитивного отношения к праву, осознание необходимости соблюдения правовых норм, тем самым обеспечение полной профессиональной подготовки бакалавра функционирующего в условиях правового государства.

Основные задачи дисциплины: изучение общих институтов и положений административного права (исполнительная власть; органы исполнительной власти; государственная служба; административное принуждение и др.); обучение студентов правильной ориентации в конституционном, муниципальном, административном праве Российской Федерации; выработка практических навыков применения законодательства (об административной ответственности, о государственной службе, о субъектах административного права); развитие способности к творческому мышлению, самостоятельному послевузовскому повышению знаний законодательства, уровня своей профессиональной подготовки, умения применять нормативные правовые акты; выработка ценностных жизненных ориентаций, основанных на приоритете прав и свобод личности; воспитание у студентов чувства сопричастности к судьбе российского Отечества, с формированием созидательного мировоззрения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Правовое регулирование управленческой деятельности» к базовой части модуля «Социально-гуманитарные» Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Изучение дисциплины «Правовое регулирование управленческой деятельности» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения следующих дисциплин: «Философия», «История», «Теория организации». Для освоения данной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями: уметь использовать нормативно-правовые документы, иметь навыки финансово-экономического анализа; уметь работать с информацией из различных источников; иметь представление о государстве и праве, правонарушении и юридической ответственности. Дисциплина позволит расширить теоретическую подготовку бакалавра, получить практические навыки в сфере управления.

Освоение основных положений данной дисциплины необходимо для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Правовое регулирование управленческой деятельности» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): Общепрофессиональных компетенций (ОПК) по видам профессиональной деятельности: ОПК-1 – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Общая характеристика управленческих правоотношений
2. Источники правового регулирования управленческой деятельности
3. Управленческие правоотношения в системе государственного управления.
4. Управленческие правоотношения в системе муниципального управления.
5. Правовые основы деятельности юридического лица

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Русский язык и культура речи»

Цели освоения дисциплины (модуля) - формирование и развитие у студентов языковой, коммуникативной (речевой) и общекультурной компетенций, необходимых профессионалу любого профиля для успешной работы по своему направлению, а также каждой личности для удачной коммуникации в различных сферах жизнедеятельности и самореализации.

Задачи дисциплины:

- углубленное изучение коммуникативных качеств русского литературного языка;
- усвоение лингвистических особенностей функциональных стилей русского языка;
- изучение специфики профессиональной речи экономистов;
- 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 раздел «Базовая часть» федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления подготовки 38.03.02 Менеджмент по профилю «Маркетинг».

Для изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» необходимы знания, умения и компетенции, сформированные в средней (полной) общеобразовательной школе.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

В соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) процесс изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» направлен на формирование такой компетенции, как способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1.	Язык и речь. Формы существования языка. Литературный язык. Признаки ЛЯ.
2.	Культура речи: цель, задачи, содержание. История учения о культуре речи
3.	Правильность речи. Норма. Виды норм.
4.	Точность речи
5.	Логичность речи
6.	Чистота речи
7.	Выразительность речи
8.	Богатство языка и речи
9.	Уместность речи
10.	Доступность речи
11.	Функционально-стилевая система русского языка.
12.	Публичная речь. Роды и виды публичных выступлений
13.	Деловая речь в профессиональной коммуникации.
14.	Культура общения
15.	Особенности составления деловой документации

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление продуктом»

2. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

Целью изучения курса «Управление продуктом» является приобретение теоретических знаний и практических навыков в области антикризисного управления в маркетинговых, производственно-экономических и аналитических службах организаций различных отраслей, сфер и форм собственности, в финансовых, кредитных и страховых учреждениях, органах государственной и муниципальной власти, академических и ведомственных научно-исследовательских организациях; обеспечение бакалавров методологией, методикой исследования в области менеджмента, развитие у него практических навыков и умений в области управления.

Задачи изучения дисциплины:

1. изучение научных взглядов на содержание и классификацию кризисов, т.е. сущности и принципов кризисов, государственное регулирование кризисных ситуаций, кризисов в развитии организации;
2. исследование методологии антикризисного управления организацией и диагностикой кризисных ситуаций, т.е. как комплексной диагностикой, так и диагностикой несостоятельности организации и изучение международной практики определения и прогнозирования несостоятельности организаций;
3. знакомство со стратегическими аспектами антикризисного управления, т.е. видов антикризисных стратегий, их разработкой и реализацией антикризисных стратегий;
4. определение инструментов антикризисного управления организацией, т.е. финансовый менеджмент в кризисной ситуации, маркетинг в антикризисном управлении, реструктуризация организаций в процессе антикризисного управления, инвестиции, инновации и управления рисками и антикризисное управление персоналом;
5. исследование юридических аспектов банкротства организаций, т.е. законодательства о банкротстве, оснований для возбуждения дела о банкротстве, процедур банкротства, изучение проблем применения законодательства о банкротстве и преступлений в сфере банкротства.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление продуктом» связана со следующими дисциплинами: теория управления, стратегический менеджмент, государственные и муниципальные финансы, инвестиционный менеджмент, инновационный менеджмент, управление персоналом и др.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Элементы профессиональных (ПК) компетенций, формируемые данной дисциплиной:

ПК-13 - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Сущность управления продуктом
2. Основные методы и способы управления продуктом
3. Исследование рынков продукта.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

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; - овладение понятийным аппаратом управления персоналом организации; - оценка места и роли управления персоналом в общей системе управления предприятием; - изучение методов управления персоналом, формирование навыка использования ситуационного подхода при их выборе; - формирование способности к анализу организационных проблем через призму человеческого фактора; - разработка управленческого решения по совершенствованию использования человеческих ресурсов организации; - оценка экономической и социальной эффективности проектов совершенствования системы и процессов управления персоналом.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» входит в вариативную 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 менеджмента», «Экономическая теория», «Социология управления».

Учебная дисциплина «Управление человеческими ресурсами» дает знания, умения и владения, которые составляют основу для следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Концепция современного менеджмента», «Государственное и муниципальное управление» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование следующих элементов профессиональных компетенций (ПК):

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2).

4. Содержание дисциплины

Управление человеческими ресурсами: основные принципы, методы и подходы.
Функционально-целевая модель системы управления организацией
Цели, функции и организационная система управления персоналом
Кадровая политика организации
Маркетинг персонала
Набор и отбор персонала
Деловая оценка и аттестация персонала
Профессиональная и трудовая адаптация персонала
Управление деловой карьерой
Организация системы обучения персонала
Мотивация и стимулирование персонала
Конфликты в коллективе

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

6. Форма контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управленческие решения»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

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

Задачи дисциплины:

- изучение технологии разработки, принятия и реализации управленческих решений, в том числе в условиях риска и неопределенности;
- изучение методов анализа, прогнозирования, оптимизации управленческих решений;
- получение практических навыков в применении изучаемых методов разработки и принятия управленческих решений при помощи разбора деловых ситуаций и решения практических управленческих задач;
- формирование навыков адаптации изученных методов к конкретным управленческим ситуациям.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина опирается на знания, полученные в процессе изучения предшествующих дисциплин: «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Психология управления», «Основы менеджмента», «Управление бизнес-процессами». Данные дисциплины и модули закладывают основы теоретических знаний в области управления. Базируясь на этих знаниях, раскрываются прикладные аспекты функционирования организации, деятельность профессиональных менеджеров. Дисциплина «Неалгоритмические методы принятия управленческих решений» уточняет и конкретизирует теоретические модели, описывающие процессы принятия решений в экономике.

В рамках данной дисциплины изучаются базовые закономерности функционирования организации и различные модели экономической динамики, основные неалгоритмические технологии принятия решений в меняющихся условиях, т.е. в условиях неопределенности и риска.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Элементы профессиональных (ПК) компетенций, формируемые данной дисциплиной:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений **(ПК-6)**; – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ **(ПК-7)**; - владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления **(ПК-11)**.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

1. Современные концепции экономического развития, предопределяющие процесс принятия управленческих решений.
2. Рациональность, полезность и ценность в процессах принятия управленческих решений
3. Уровни и виды ответственности при принятии управленческих решений
4. Эффективность управленческих решений.
5. Функции решения в методологии и организации процесса управления. Типология управленческих решений.
6. Модели, методология и организация процесса разработки и реализации управленческого решения.
7. Психофизиологические основы принятия управленческих решений
8. Альтернативные теории принятия решений
9. Манипуляционные технологии в процессе принятия решений.

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет

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.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- понятия и усвоенные закономерности, приобретенные навыки и умения, способности, сформированные в курсе «Физическая культура и спорт», будут использованы в социальной и профессиональной деятельности для возможности поддержания и совершенствования физической работоспособности.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

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

общекультурными компетенциями (ОК):

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **(ОК-7)**;

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 «Философия»

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 основных направлений и разделов философии; методов и приемов философского познания.
- Умение использовать положения и методы философии в профессиональной деятельности; анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы.
- Владение приемами и навыками ведения дискуссии, полемики и диалога.

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 **общекультурными компетенциями:**

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Предмет и функции философии

Классическая философия

Постклассическая философия

Традиции отечественной философии

Онтология

Философия сознания

Гносеология

Философия как методология познания

Методология научного познания

Философия науки

Социальная философия

Философия истории

Философия политики

Философская антропология

Философия культуры

Философия морали

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Финансовый и управленческий учет»

Целью дисциплины «Финансовый и управленческий учет» является изучение передовых и прогрессивных методов, методик и приемов рациональной организации финансового и управленческого учета на предприятиях, а так же методов и приемов подготовки оперативной информации для системы управления предприятием.

Целью преподавания дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по организации и ведению финансового и управленческого учета на предприятиях.

Основные задачи дисциплины:

- 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 в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Финансовый и управленческий учет» к вариативной части модуля «Дисциплины, углубляющие освоение профиля» блока «Дисциплины по выбору» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Экономика, профиль «Менеджмент организации».

В процессе освоения дисциплины, обучающиеся должны усвоить основные понятия и современные принципы, особенности организации и ведения бухгалтерского учета в организациях.

Изучение специальных дисциплин на новом уровне дает консолидированные специальные знания в области бухгалтерского учета.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

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

ОПК-5 - владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;

ПК-14 - умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

4. Содержание и структура 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: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту «Каратэ WКС»

Цель изучения элективных дисциплин по физической культуре и спорту «Каратэ WКС» 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, а также 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 изучения 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.

7. Подготовку к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Каратэ WКС» является компонентом образовательной программы всех направлений подготовки бакалавров. Реализация примерной учебной программы осуществляется на 1- 3-х курсах (с 1 по 6 семестры).

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

ОК-7: Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Общепфизическая подготовка (ОФП). Подготовка к ГТО.
Специальная физическая подготовка по «Фитнес-аэробике»
Бункай ката, технические упражнения, техническая подготовка.
Психологическая подготовка. Воспитательные средства и мероприятия.
Воспитание культуры здорового образа жизни.

5. Общая трудоемкость дисциплины: зачетные единицы, 342 часов

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронный маркетинг»

1. Цель и задачи дисциплины

Целью преподавания учебной дисциплины «Электронный маркетинг» 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.

Дисциплина «Электронный маркетинг» предназначена для студентов по направлению подготовки – Менеджмент. В процессе изучения дисциплины студенты должны приобрести дополнительные теоретические, методологические и эмпирические знания в области инноватики, управления научно-техническим прогрессом во всех отраслях экономики, организации и финансирования инновационной деятельности, управления рисками и др.

Основными задачами учебной дисциплины «Электронный маркетинг» являются:

- изучение основных понятий, категорий, раскрывающих суть инновационного менеджмента, особенностей развития теории нововведений, закономерностей развития инновационных процессов, теории и практики международного, национального, регионального и внутрифирменного управления инновационными процессами, проблем восприимчивости организаций к внедрению нового; формирование умений выделять проблемы управления инновационными процессами; овладение приемами анализа причин сопротивления персонала нововведениям и методами творческого решения проблем; приобретение практических навыков использования методик отбора и оценки инновационных проектов.

Кроме того, при изучении курса студенты должны овладеть практическими приемами обоснования инновационных решений в условиях неопределенности и риска.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Электронный маркетинг» входит в ОПОП по направлению подготовки – 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 уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Электронный маркетинг» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

- 1 Предмет и содержание дисциплины
- 2 Инноватика как область знаний
- 3 Теории инновационного развития
- 4 Инновационный процесс: этапы, сущность, содержание. Жизненный цикл инновации
- 5 Методы анализа маркетинговой информации

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

6. Форма контроля: экзамен

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Проектный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения учебной дисциплины «Проектный менеджмент» 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 «Проектный менеджмент» относится к дисциплинам базовой части Модуль 12. Управление финансами, рисками и проектами учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК – 3);
- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов / умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК – 7);
- владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК – 16).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение. Общая характеристика дисциплины.

Тема 2. Основные понятия управления проектами. Концепции управления проектами.

Тема 3. Жизненный цикл и реализация фаз проекта. Особенности реализации проекта на разных фазах

Тема 4. Окружение проекта. Команда проекта и управление проектом

Тема 5. Системные технологии реализации проектов.

Тема 6. Основы планирования операций в рамках проекта

Тема 7. Основные этапы проектирования и внедрения проекта

Тема 8. Оценка проекта и проектные риски

Тема 9. Мониторинг и мультипроектное управление

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

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Управление качеством»

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» входит в вариативную часть Модуля 14. Профиль "Маркетинг" учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (**ПК-3**);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (**ПК-10**).

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические основы управления качеством.

Тема 2. Качество, как показатель конкурентоспособности в конкурентной среде

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 - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Международный маркетинг»

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля).

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 «Управление качеством» входит в вариативную часть Модуля 14. Профиль "Маркетинг" учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);
- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

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) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

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» относится к вариативной части модуля 14 Профиля «Маркетинг» Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)".

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК - 3);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

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) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Основы маркетинга» 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.

Основные задачи дисциплины «Основы маркетинга»:

- 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 «Основы маркетинга» относится к базовой части модуля 8. «Маркетинг» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) заочной формы обучения.

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОК-6 – способность к самоорганизации и самообразованию.

ПК-3 - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

4. Содержание и структура 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. Организация маркетинговой деятельности на предприятии.

Тема 12. Общая характеристика комплекса маркетинга.

Тема 13. Товар в системе маркетинга.

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

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Бизнес-планирование»

3. 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 «Бизнес-планирование» входит в базовую 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:

- ОПК-3. Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- ПК-7. Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов / умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в

области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

- ПК-13. Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций.

- ПК-18. Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

- ПК-19. Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.

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) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Деловые коммуникации»

4. 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.

Курс посвящен изучению теоретических и прикладных моделей коммуникации. В рамках его изучения предполагается освоение стратегий устных деловых и письменных деловых коммуникаций. Отдельно внимание уделяется изучению и отработке навыков деловой риторики в споре, дискуссии, полемике. На практических занятиях отрабатываются навыки самопрезентации, включающие вербальные и невербальные коммуникативные элементы и нацеленные на имидж делового человека. Рассматриваются основные аспекты управления коммуникацией.

Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в вариативную часть учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-1. Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- ПК-2. Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде.

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 - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Документационное обеспечение управления»

5. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины 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 управлением (ДОУ);
- изучение видов официальных документов и требований к их составлению и оформлению;
- 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 «Документационное обеспечение управления» входит в базовую 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:

- ОПК-4. Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;
- ПК-8. Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.
- ПК-11. Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;
- ПК-20. Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Содержание и основные задачи современного документационного обеспечения управления

Тема 2. Нормативно-методическая база ДОУ

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 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Информационные системы менеджмента»

6. 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.

Дисциплина «Информационные системы менеджмента» входит в базовую 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:

- ОПК-5. Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;

- ОПК-7. Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Информация. Информационные технологии и процессы. Информационные системы

Тема 2. Информационные системы и технологии управления предприятием

Тема 3. Компьютерные технологии интеллектуальной поддержки управленческих решений

Тема 4. Информационные технологии документационного обеспечения управленческой деятельности

Тема 5. Информационные системы и технологии в маркетинге

Тема 6. Информационные системы и технологии в финансовом менеджменте

Тема 7. Информационные технологии в бухгалтерском учете

Тема 8. Функциональное назначение и ресурсы Интернет

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

6. Форма контроля -зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Учебная программа курса ориентирует слушателей на вопросы, связанные с разработкой, внедрением и совершенствованием систем менеджмента социальной ответственности в организациях.

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

Задачи курса:

- 1) Изучить требования к системам менеджмента социальной ответственности организаций;
- 2) Сформировать у студентов представление о механизмах реализации корпоративной социальной ответственности;
- 3) Освоить методы внедрения систем менеджмента корпоративной социальной ответственности;
- 4) Приобрести навыки интеграции социально значимых аспектов в другие системы менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной по выбору студентов учебного плана по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК – 2 - владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;

ПК-5 – способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

ПК – 13 - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие социальной ответственности, её смысл и значение для общества.

Тема 2. Структуры, несущие социальную ответственность.

Тема 3. Принципы социальной ответственности.

Тема 4. Осознанная социальная ответственность.

Тема 5. Критерии выполнения социальных обязательств.

Тема 6. Затраты на деятельность в области осознанной социальной ответственности и их окупаемость.

Тема 7. Самооценка выполнения социальных обязательств.

Тема 8. Внешняя оценка выполнения социальных обязательств.

Тема 9. Социальная ответственность как объект стандартизации в области менеджмента.

Тема 10. Социальные права персонала.

Тема 11. Социальные гарантии персонала.

Тема 12. Охрана окружающей среды.

Тема 13. Экономное расходование ресурсов.

Тема 14. Поддержка местного сообщества.

Тема 15. Менеджмент в области социальной ответственности.

Тема 16. Роль стандарта в развитии движения по социальной ответственности в организациях.

Тема 17. Система ценностей организации.

Тема 18. Инструменты реализации, этапы проектирования и внедрения систем менеджмента социальной ответственности организаций.

Тема 19. Перспективы развития движения в области социальной ответственности.

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

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

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

7. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью настоящей дисциплины является обучение студентов методам разработки эффективных маркетинговых мероприятий в различных отраслях и сферах деятельности.

В ходе ее достижения решаются следующие задачи:

1) реализация основных образовательных программ и учебных планов высшего профессионального образования на уровне, отвечающем государственным образовательным стандартам;

- 2) изложение теоретических основ маркетинговой деятельности предприятий;
- 3) обучение методам анализа маркетинговой деятельности конкретных предприятий с целью выявления ее достоинств и недостатков;
- 4) привитие навыков разработки эффективных мероприятий в области продуктовой, ценовой, распределительной, коммуникативной и кадровой (персональной) политик различных предприятий;
- 5) обучение методам оценки эффективности маркетинговых мероприятий.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Учебная дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» входит в перечень вариативных дисциплин профессионального цикла по направлению подготовки 38.03.02-Менеджмент, профиль «Маркетинг»

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

- ПК-18. Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

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) – 5 зачетных единиц (180 часов).

6. Форма контроля -экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг территории»

8. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

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.

Маркетинг территорий позволяет взглянуть на территорию с новой точки зрения, не только как на пространственную или географическую единицу, а как на объект продвижения или своеобразный продукт, обладающий потребительной ценностью. Маркетинг территории дает возможность создавать, поддерживать или изменять мнения, намерения или поведение потребителей региональных продуктов и услуг, способствует формированию особого образа региона.

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.

9. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к вариативной части учебного цикла дисциплин при подготовке бакалавров.

Дисциплина «Маркетинг территорий» является прикладной экономической дисциплиной, которая имеет комплексный характер и интегрирует в единую систему знания, полученные в процессе изучения экономических дисциплин, в частности «Маркетинг», «Стратегический менеджмент».

10. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Профессиональные компетенции (ПК):

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

4. Содержание дисциплины (модуля)

Маркетинг территорий: основные понятия, роль, значение, цели, задачи и функции
Туристские и рекреационные ресурсы как основа формирования территориального туристско-рекреационного продукта
Комплекс маркетинга туристских территорий
Маркетинг курортов и территориальных туристско-рекреационных комплексов
Основные формы и методы продвижения туристско-рекреационной территории
Маркетинг города
Рейтинги территорий как инструмент маркетинга территорий
Стратегические направления организации территориального маркетинга

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

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинг услуг»

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Маркетинг услуг формировался на основе опыта промышленных и торговых компаний, синтезировал в себе достижения общей теории маркетинга и практический опыт решения проблем. Вместе с тем маркетинг услуг имеет ряд особенностей, позволяющих рассматривать его как специфический вид деятельности.

Дисциплина «Маркетинг услуг» изучается студентами направления «Менеджмент» в 7 семестре, формой итоговой аттестации является зачет.

В процессе изучения студенты должны научиться связывать сферу услуг с концепцией современного маркетинга; выявлять и использовать в повседневной практике особенности процесса маркетинга услуг; научиться основам планирования и контроля маркетинговой деятельности в сфере услуг; получить конкретные знания в области товарной, ценовой и коммуникативной политики в маркетинге услуг; приобрести четкость в понимании условий конкурентоспособности услуг, а также видеть отличия в маркетинговой деятельности той или иной отрасли услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинг услуг» относится к выборной части учебного цикла дисциплин при подготовке бакалавров менеджмента. Изучение дисциплины формирует знания по основным видам деятельности квалификационной характеристики по направлению 38.03.02 - «Менеджмент». Программа разработана с ориентацией на существующий российский опыт в области менеджмента и маркетинга сферы услуг и ее ресурсов, а также теорию и практику зарубежного опыта.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг услуг» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов профессиональных компетенций по данному направлению подготовки:

- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли(ПК-9).

Содержание и структура дисциплины.

Современная концепция маркетинга услуг
--

Покупательское поведение и покупательские риски
Клиентская лояльность и ее измерение.
Типы лояльности.
Стандарт обслуживания и процедура его разработки.
Качество услуги как конкурентное преимущество
Товарная политика предприятий сферы услуг.
Цена в комплексе маркетинга предприятий сферы услуг.
Элементы материальной среды и их роль в позиционировании предприятий сферы услуг.
Ступени внутреннего маркетинга

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

Форма контроля - зачет

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые исследования»

11. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель дисциплины - сформировать у студентов навыки 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.

Задачи дисциплины:

- 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 (модуль) «Маркетинговые исследования» относится к вариативной части Блока1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-9. Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- ПК-10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

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) – 5 зачетных единиц (180 часа).

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

12.Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

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

Задачи дисциплины:

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

- изучение методов анализа, прогнозирования, оптимизации управленческих решений;
- получение практических навыков в применении изучаемых методов разработки и принятия управленческих решений при помощи проигрывания конкретных ситуаций и решения практических управленческих задач;
- формирование навыков адаптации изученных методов к конкретным управленческим ситуациям.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» входит в базовую 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:

- ОПК-2. Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- ОПК-6. Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- ПК-5. Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- ПК-10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

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) - 4 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля -экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Операционный менеджмент»

13. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель 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.

Дисциплина «Операционный менеджмент» входит в базовую часть ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (**ОПК-6**);
- владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (**ПК-8**);

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Введение в операционный менеджмент

2. Создание операционной системы
3. Оперативное управление производством
4. Управление производственными запасами

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

6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Организационное поведение»

14. 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 базовую 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:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (**ПК-2**).

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 «Организация продаж»

2. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Организация продаж» является освоение студентами современных подходов, приемов и методов управления продажами на различных этапах заключения торговой сделки и формирование системы знаний и умений в области общения с покупателями. Особое внимание в изучении курса уделено вопросам, связанным с освоением методов и приемов управления поведением потенциальных покупателей в процессе продажи.

В процессе изучения курса решаются следующие задачи:

- изучение теоретических основ управления продажами;
- изучение содержания, структуры процесса управления продажами;
- изучение методов менеджмента продаж.

4. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация продаж» является дисциплиной, определяемой выбором профиля вариативной части направления 38.03.02 «Менеджмент» (профиль – Маркетинг), для студентов очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «Организация продаж» основывается на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения дисциплин «Теория менеджмента (история

управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами» и др.

Дисциплина «Организация продаж» в ряду экономических дисциплин, направлена на освоение знаний и навыков, направленных на изучение управленческих процессов, связанных с воздействием со стороны персонала торговых предприятий на поведение потенциальных потребителей товаров и услуг в местах их продажи.

5. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2 - Владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде;

ПК-5 - Способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

ПК-13 - Умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность управления продажами.

Тема 2. Сбытовая стратегия организации.

Тема 3. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями организации.

Тема 4. Мотивация как важнейший компонент управления продажами.

Тема 5. Выбор товара, источники поставок.

Тема 6. Подходы к управлению продажами в зависимости от выбранного метода продаж.

Тема 7. Управление товарным ассортиментом.

Тема 8. Управление финансами при управлении продажами.

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

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» входит в базовую 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:

- ОПК-3. Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

- ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

- ПК-19. Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;

- ПК-20. Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

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 «Офисные технологии»

16. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целями освоения дисциплины «Офисные 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 «Офисные технологии» входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины по выбору» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании компетенций:

- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).
- Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11).

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Информационные и телекоммуникационные технологии в офисной деятельности
2. Роль и возможности информационных технологий в решении офисных задач.
3. Особенности информационных технологий в организациях различного типа.
4. Технологии обработки информации, представленной в виде электронных таблиц.

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетных единицы (180 час.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Персональный менеджмент»

1. 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 вариативной 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:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).
- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

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) - 3 зачетные единицы (108 часов).**
6. Форма контроля - зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Поведение потребителей»

2. 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

Дисциплина «Поведение потребителей» входит в вариативную часть учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

-ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

- ПК-9. Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

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) - 3 зачетные единицы (108 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

Аннотация к рабочей программе «Современный стратегический анализ»

1.Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины – ознакомить студентов с основными понятиями, схемами и методами современного стратегического анализа, как способа определения и развития конкурентных преимуществ компании. **Учебные задачи дисциплины:**

- определить фундаментальные факторы, определяющие успех в бизнесе;
- сформировать навыки анализа конкурентных преимуществ посредством идентификации, развития и использования ресурсов и способностей компании;
- научить формулировать стратегию, основанную на выявленных конкурентных преимуществах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к базовой части образовательной программы по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) и изучается в первом семестре.

Условием изучения дисциплины является знание материала таких дисциплин, как Теория менеджмента, Маркетинг, Организационное поведение, Стратегический менеджмент, Стратегический маркетинг, Управление проектами, Статистика.

«Входными» знаниями, умениями и владениями для изучения дисциплины являются:

- знания основных понятий статистики и социально-экономической статистики; умение обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; владение основными статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

- знания о стратегических подходах к управлению компанией и развитию ее конкурентоспособной позиции; об основных концепциях стратегического менеджмента; об основах теории принятия стратегических решений в деятельности организации; понимание важности стратегического подхода к управлению организацией при выходе на внешние рынки.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Элементы общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций, формируемые данной дисциплиной:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Сущность и основное содержание стратегического анализа.
Анализ среды организации.
Комплексный анализ.
Конкурентный анализ.
Портфельный анализ и модели конкурентного позиционирования

5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 часов

6. Форма контроля: зачет

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Социальный маркетинг»

3. 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» входит в перечень вариативных дисциплин профессионального цикла по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг»

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-17. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;
- ПК-18. Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

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 социальной сфере

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

Тема9. Особенности маркетинга в некоммерческих организациях образования

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

6. Форма контроля -зачет.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Стратегический менеджмент»

4. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью курса является обучение студентов теоретическим и практическим основам стратегического менеджмента для подготовки, принятия и реализации управленческих решений.

Основными задачами курса являются:

- 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 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:

- ОПК-3. Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- ПК-3. Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;
- ПК-5. Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

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) - 3 зачетные единицы (108 часов).

6. Форма контроля –курсовая, экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Интерактивный маркетинг»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Интерактивный маркетинг» заключается в изучении и практическом применении интерактивных маркетинговых инструментов в бизнесе.

Задачи курса:

- изучение базовых основ интерактивного маркетинга;
- определение места и роли интерактивного маркетинга в современном мире;
- сравнительный анализ роли и функций «интерактивного маркетинга» в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях;
- анализ известных применений интерактивного маркетинга на практике;
- освоить онлайн инструменты стимулирования продаж продукции и услуг;
- научиться интегрировать классический и интернет-маркетинг;
- успешно применять социальные медиа в развитии бизнеса;
- быть способным внедрить e-mail-маркетинг;

- уметь организовать работу блога и использовать другие интерактивные маркетинговые инструменты.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бренд - менеджмент» относится к вариативной части модуля 14 Профиля «Маркетинг» Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)".

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в интерактивный маркетинг

Тема 1. Рекламодатели Российского Интернета

Тема 1. Основной инструментарий рекламодателя Интернета.

Тема 1. Ценообразование на рынке интерактивного маркетинга

Тема 1. Аудитория Интернета

Тема 1. Мобильная реклама

Тема 1. Комплексные акции интерактивного маркетинга.

Тема 1. Формирование интерактивной стратегии бренда.

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

6. Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Финансовые рынки и институты»

5. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель - сформировать систему знаний о взаимосвязях и функционировании современного финансового рынка – рынка капитала, денежного рынка, валютного рынка и рынка производных ценных бумаг.

Задачи курса:

- раскрыть сущность и содержание финансовых рынков и современных институтов;

- дать характеристику основным структурным элементам финансового рынка;
- представить механизмы финансового посредничества;
- представить основные инструменты финансовых рынков и институтов;
- раскрыть особенности регулирования финансовых рынков;
- сформировать навыки первичных финансовых расчетов при определении стоимости финансовых инструментов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Финансовые рынки и институты» входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины по выбору» учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);

4. Содержание дисциплины (модуля)

1. Финансовый рынок и его участники
2. Валютные рынки
3. Кредитный рынок
4. Рынок ценных бумаг (РЦБ)
5. Рынок страхования
6. Рынок золота

5. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) - 5 зачетных единицы (180 час.).

6. Форма контроля - экзамен.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Финансовый менеджмент»

6. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

Цель 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 вариативную 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 (и) следующих компетенций:

- владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

- умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

- умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14).

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 зачетные единицы (144 часа).

6. Форма контроля - экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Инновационный менеджмент»

1. Цель и задачи дисциплины

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.

Основными задачами учебной дисциплины «Инновационный менеджмент» являются:

- изучение основных понятий, категорий, раскрывающих суть инновационного менеджмента, особенностей развития теории нововведений, закономерностей развития инновационных процессов, теории и практики международного, национального, регионального и внутрифирменного управления инновационными процессами, проблем восприимчивости организаций к внедрению нового;
- формирование умений выделять проблемы управления инновационными процессами;
- овладение приемами анализа причин сопротивления персонала нововведениям и методами творческого решения проблем;
- приобретение практических навыков использования методик отбора и оценки инновационных проектов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Инновационный менеджмент» входит в 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 уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Инновационный менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки.

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Раздел 1. Введение в инновационный менеджмент. Основы теории и методологии инноватики
Раздел 2. Движущие мотивы инновационной деятельности
Раздел 3. Организационные формы инновационной деятельности. Инновационные стратегии
Раздел 4. Инновационное предпринимательство и риски

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

6. Форма контроля: Экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика»

1. Цель и задачи дисциплины. Целью дисциплины является 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.

Задачи дисциплины:

- 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 в структуре ОПОП

«Логистика и управление цепями поставок» относится к разделу «Дисциплины и курсы по выбору студента по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) и изучается в третьем семестре. Условием изучения дисциплины является знание материала таких дисциплин, как Теория менеджмента, Маркетинг, Стратегический менеджмент, Стратегический маркетинг, Маркетинговые каналы распределения, Управленческая экономика, Теория организации и организационное поведение.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Элементы общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций, формируемые данной дисциплиной:

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-10);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов,

необходимых для создания новых предпринимательских структур(ПК-20).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Эволюция логистики и УЦП в промышленно-развитых странах
Понятийный аппарат логистики и УЦП
Координация и интеграция логистической деятельности в цепях поставок
Стратегическое планирование логистики
SCOR модели цепи поставок

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

6. Форма контроля: Экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Родной язык»

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): **Общекультурных компетенций (ОК):**

ОК-5 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

ОК-6 - способность к самоорганизации и самообразованию.

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 «Сравнительный менеджмент»

1 Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения учебной дисциплины «Сравнительный 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 ВО

Дисциплина «Сравнительный менеджмент» входит в вариативную 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 менеджмента», «Экономическая теория», «Риск-менеджмент», «Учет и анализ».

3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

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

Общепрофессиональные компетенции (ОПК): - владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

Профессиональные компетенции (ПК): - умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (**ПК-4**); -владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов(**ПК-16**).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Тема
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

№ п/п	Тема
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: 4 зачетные единицы, 144 часов

6. Форма контроля: зачет/

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Статистика»

Цель изучения дисциплины – формирование системы фундаментальных знаний о понятиях и методах статистики; приобретение практических умений и навыков, необходимых для решения задач, возникающих в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины: – формирование представления о месте и роли статистики в современном мире;

– формирование системы основных понятий, используемых для описания важнейших экономических моделей и раскрытие взаимосвязи этих понятий;

– ознакомление обучающихся с теорией статистики необходимой для решения теоретических и практических задач;

– ознакомление обучающихся с методами статистического исследования прикладных вопросов; – формирование навыков по применению статистики в программировании и инфокоммуникационных вопросах;

– формирование навыков самостоятельного изучения специальной литературы; – развитие логического мышления, навыков статистического исследования явлений и процессов, связанных с производственной деятельностью;

– формирование навыков самостоятельной работы, организации исследовательской работы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП (ВО)

В структуре образовательной программы высшего образования (ОП ВО) дисциплина «Статистика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Материал дисциплины «Статистика» используется при изучении дисциплин: «Теория вероятностей и математическая статистика», «Исследование операций и методы оптимизации», «Математическое и имитационное моделирование», «Проектирование информационных систем», «Информационные системы и технологии».

Статистика является фундаментом методов и моделей статистического исследования экономических процессов, поэтому знание основ данной дисциплины абсолютно необходимо для современного специалиста в области информатики и вычислительной техники.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Теория статистики

Макроэкономическая статистика

Статистика предприятий и организаций.

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

6. Форма контроля: зачет.