

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Управление брендами» по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профилю подготовки: «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	приобретение знаний и практических навыков в области создания брендов и эффективного управления портфелем брендов компании .
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 -Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание теоретических основ принятия управленческих решений в управлении брендом ОПК-3.2 Осуществляет управленческие решения для управления портфелем брендов ОПК-3.3 Разрабатывает бренд, управляет брендами в глобальной среде
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы и инструменты разработки бренда, формирования марочной политики и управления портфелем брендов Уметь: применять методы и инструменты управления брендами при выполнении практических задач в области маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками разработки бренда, управления брендами в реализации коммуникационной стратегии предприятия
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге. Разработка бренд- стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда . Технология бренд-строительства. Методы оценки стоимости бренда.
Разработчики	Кубина Н.Е. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Модуль личностно-ориентированного совершенствования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	является развитие навыков самостоятельного анализа различных видов информации, использования гуманитарных знаний и психологических технологий для личностного и профессионального роста.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы. УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности. УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать научно-психологические основы выбора, процессуально-структурные компоненты психологического феномена «выбор», основные направления современной этики, базовые элементы и приемы, применяемые в подготовленной публичной речи. Уметь составлять перспективный план жизни, с учетом возможных препятствий, решать конфликтные ситуации, опираясь на знания о стратегиях поведения, аргументированно излагать свои моральные убеждения и составлять хорошее самостоятельное публичное выступление. Владеть приемами самооценки, эффективного общения и слушания, позитивного общения, конгруэнтного поведения, анализа собственных нравственных ценностей и поступков, подготовки, корректировки выступления.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Мысль и слово: основы риторической культуры Тема 2. Моральная культура личности в современном мире Тема 3. Психология выбора и взаимоотношений Тема 4. Тренинг личностного роста и профессионального успеха
Разработчики	доцент института гуманитарных наук Луговой Сергей Валентинович; доцент института гуманитарных наук Попова Варвара Сергеевна; доцент института образования Торопов Павел Борисович; доцент института образования Блаженко Анна Вячеславовна; доцент института образования Шахторина Екатерина Валентиновна;

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Предпринимательский модуль» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся компетенций для организации и реализации предпринимательской деятельности в областях и сферах актуальных в рамках направления профессиональной подготовки
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-6.1 Понимание роли предпринимательской деятельности в обществе и необходимости выстраивания и реализации траектории саморазвития УК-6.2 Способен выстраивать и реализовывать стратегию самообразовательной деятельности по формированию предпринимательского мышления УК-6.3 Выстраивает собственный образовательный маршрут и профессиональную карьеру с учетом полученных знаний в области предпринимательства
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы управления временем, подходы к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Уметь: применять методы управления временем, подходы к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Владеть: навыками управления временем, использования подходов к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Инновационное развитие и формирование команды для предпринимательства Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план. Маркетинг и оценка рынка. Создание товара и его выведение на рынок Экономика предпринимательского проекта и привлечение инвестиций
Разработчики	Кашпаров Д.В., к.э.н., доцент. Зонин Н.А., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Цифровая организация бизнеса» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	приобретение студентами-бакалаврами теоретических знаний о технологии управления проектами в организации и формирование практических навыков применения методик управления с использованием современного программного обеспечения, такого как базы данных
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-5.1. Знание основных технологий создания и внедрения информационных систем, стандарты управления жизненным циклом информационной системы ОПК-5.2. Использование языков программирования и работы с базами данных, операционных систем и оболочек, современных программных сред разработки информационных систем и технологий ОПК-5.3. Осуществляет организационное обеспечение выполнения работ на всех стадиях и в процессах жизненного цикла информационной системы ОПК-6.1 Владеет основными методами и подходами к поиску, сбору, обработке, анализу и систематизации информации в экономике. ОПК-6.2 Знает основные этапы и принципы принятия управленческого решения. ОПК-6.3 Владеет экономико-математическим инструментарием генерации оптимальных управленческих решений.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать основные приемы создания и использования и утверждения требований к информационным системам управления проектами; принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; Уметь выявлять, согласовывать и осуществлять управление информационными системами управления проектами; использовать на практике современные информационные технологии для целей управления; Владеть средствами создания и использования информационных сервисов и Интернет – ресурсов для управления проектами. технологией использования современных информационных систем управления
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные понятия проектного менеджмента Динамические (функциональные) аспекты управления проектами Организационная структура предприятия и управление проектами Общий обзор методов управления проектами

	<p>Использование MS Project. Формирование структуры проекта. Задачи. Диаграмма Гантта.</p> <p>Использование MS Project. Ресурсы. Анализ стоимости проекта. Разрешение ресурс - конфликтов.</p> <p>Использование MS Project. Анализ хода выполнения работ.</p> <p>Использование MS Project. Подготовка отчетов</p> <p>Понятие баз данных как основных информационных систем общего назначения.</p> <p>База данных Access. Таблицы.</p> <p>База данных Access. Запросы.</p> <p>База данных Access. Формы и отчеты</p>
Разработчики	Зинин Л.В., д.м.н., профессор

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Анализ хозяйственной деятельности» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний методологии и методики исследования конкретных финансово-хозяйственных ситуаций, что позволит в практической деятельности выявлять резервы повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятия
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5 - способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-5.1 Понимает базовый теоретические основы и экономического анализ, системы экономических показателей ОПК-5.2 Использует типовые методики анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; способен проводить экономический анализ деятельности предприятия на основе собранной информации ОПК-5.3 Применяете специальные методики факторного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; способен осуществлять сбор необходимой для анализа информации; способен интерпретировать результаты анализа и разрабатывать предложения по использованию выявленных резервов улучшения результатов деятельности предприятия
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать <ul style="list-style-type: none"> • соответствующую теорию и систему показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта; • соответствующие типовые методики анализа хозяйственной деятельности предприятия; • специальные приемы экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий Уметь <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять сбор и анализ данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; • применять различные методы анализа хозяйственной деятельности и выявлять резервы улучшения её результатов Владеть навыками факторного анализа различных элементов производственно-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1: Предмет, содержание и задачи экономического анализа. Тема 2: Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий. Тема 3: Анализ объема производства и реализации продукции. Тема 4: Анализ использования производственных ресурсов предприятия. Тема 5: Анализ затрат и финансовых результатов. Тема 6: Анализ финансового состояния предприятия
Разработчик	Щепкова И.В., старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Банковские операции» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов знаний в отношении вопросов, связанных с организацией банковской деятельности в России и за рубежом; особенностями проведения банковских операций по привлечению и размещению денежных средств в рублях и в иностранной валюте, выпуском ценных бумаг, инвестированием средств
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Понимает подходы к определению денег, видов банковских операций и особенностей их проведения, основные нормативные показатели банковской деятельности, устанавливаемые Банком России и порядок их расчета ОПК-1.2 Применяет полученные теоретические знания в практической деятельности, использует методы начисления простых, сложных и непрерывных процентов при рассмотрении предложений банков по кредитам и депозитам ОПК-1.3 Владение навыками расчета: процентов по остаткам на банковских счетах, резервов на прочие потери по ссудам и резервов на прочие потери, лимита открытой валютной позиции по операциям в иностранных валютах, позиции по привлечению и размещению банком денежных ресурсов, анализа основных показателей деятельности коммерческого банка
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - подходы к определению денег и измерению основные принципы и правила совершения банковских операций; - основные виды банковских операций и особенности их проведения; - основные нормативные показатели банковской деятельности, устанавливаемые Банком России, и порядок их расчета Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - применять полученные теоретические знания в практической деятельности; - использовать методы начисления простых, сложных и непрерывных процентов при рассмотрении предложений банков по кредитам и депозитам; - оценивать показатели деятельности банков при выборе финансового учреждения для обслуживания Владеть: навыками <ul style="list-style-type: none"> - расчета: <ul style="list-style-type: none"> о процентов по остаткам на банковских счетах, о резервов на прочие потери по ссудам и резервов на прочие потери, о лимита открытой валютной позиции по операциям в иностранных валютах, о позиции по привлечению и размещению банком денежных

	ресурсов - анализа основных показателей деятельности коммерческого банка
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков. Тема 3. Активные банковские операции Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры Тема 6. Операции банков с ценными бумагами
Разработчики	Варшавская Л.Н., старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»	
Цель изучения дисциплины	формирование системы знаний и навыков обеспечения безопасной жизнедеятельности на производстве, в окружающей и бытовой сфере
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> <p>УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-8.1 Имеет представление о поражающих факторах стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения</p> <p>УК-8.2 Способен проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям</p> <p>УК-8.3 Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах</p> <p>УК-9.1 Обладает знаниями об анатомо-физиологических последствиях воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов</p> <p>УК-9.2 Применяет средства защиты от негативных воздействий; планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций</p> <p>УК-9.3 Владеет методами прогнозирования чрезвычайных ситуаций и предотвращения их негативных последствий; методами повышения стрессоустойчивости; способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: характерные системы «человек–среда обитания», проблемы рисков, связанных с деятельностью человека; вредные и опасные факторы производственной среды; о взаимосвязи состояния здоровья и производительности труда с условиями труда, параметрами среды; классификацию природных и техногенных опасностей</p> <p>Уметь: идентифицировать</p>

	<p>опасности и оценивать риски в сфере своей профессиональной деятельности; оценивать условия организации труда; анализировать риски возникновения чрезвычайных ситуаций; применять методы организации мероприятий по предупреждению и ликвидации аварий, катастроф и стихийных бедствий; использовать мероприятия по защите производственного персонала и населения от чрезвычайных ситуаций</p> <p>Владеть: культурой безопасности; методами организации комфортных условий в сфере профессиональной деятельности; навыками критического восприятия информации о природных и техногенных опасностях и угрозах; методами и способами организации предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций в сфере профессиональной деятельности; навыками и методами использования информации и защиты производственного персонала и населения от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Введение в безопасность жизнедеятельности Идентификация опасных факторов и их воздействия на человека Обеспечение комфортных условий для жизнедеятельности человека Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера и защита населения Организационные мероприятия по предупреждению, ликвидации чрезвычайных ситуаций и защите населения Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях радиационной, химической и медико-биологической опасностей Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях военного характера и террористических актов Законодательные, нормативные, экономико-правовые основы управления безопасностью</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Винокурова Н.В.</p>

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины « <i>Бизнес-планирование</i> » по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки « Маркетинг » квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	расширение области и уровня знаний в предпринимательской деятельности; изучение сущности, целей и содержания разделов бизнес- плана, а также приобретение умений и навыков в области разработки бизнес-планов предприятий - участников.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1. Выявляет и оценивает возможности развития организации и предпринимательских структур с учетом имеющихся ресурсов и компетенций ОПК-4.2. Разрабатывает бизнес-планы проектов и новых направлений деятельности ОПК-4.3. Проводит комплексную оценку эффективности разработанных бизнес-планов и новых направлений деятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - инструментарий выявления и оценки возможностей развития организации и предпринимательских структур - методы и инструменты разработки бизнес-планов проектов; - сущность, структуру и этапы проектной и процессной деятельности в организации; - способы поиска и оценки новых рыночных возможностей; - современные практики управления, - стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций. Уметь: - применять на практике современный инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы; - использовать методические подходы к разработке бизнес-планов и новых направлений деятельности анализировать возможности развития организации и предпринимательских структур; - выявлять и оценивать новые рыночные возможности; - разрабатывать бизнес-модели создания и развития новых направлений деятельности и организаций; - руководить проектной и процессной деятельностью в организации. Владеть: - навыками оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью; - навыками оценки новых рыночных возможностей; - способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития

	инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Содержание процесса бизнес-планирования 2. Продукты и услуги 3. Описание бизнеса 4. Исследование и анализ рынка 5. План маркетинга 6. Производственный и организационный план 7. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков
Разработчики	Шаляпина Марина Анатольевна, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Бухгалтерский учёт» по направлению подготовки 38.03.02 <i>Менеджмент</i> профилю подготовки <i>«Маркетинг»</i> квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование компетенции обучающегося в области методологии, организации и методики бухгалтерского финансового учета деятельности коммерческих организаций, использования учетной информации в принятии управленческих решений
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-5: Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание современных методов сбора, обработки и анализа данных с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.2 Осуществляет сбор, обработку и анализ данных на основе использования современных технологий ОПК-2.3 Применяет современный инструментарий для решения профессиональных управленческих задач ОПК-5.1 Знание цифровых технологий, современных программных продуктов ОПК-5.2 Использует цифровые технологии, современные программные продукты в процессе решения задач менеджмента и маркетинга, использует инструменты аналитики больших данных для анализа данных и составления аналитической отчетности ОПК-5.3 Применяет цифровые технологии, современные программные продукты при реализации задач менеджмента и маркетинга
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - теоретические основы бухгалтерского учета; - организацию бухгалтерского учета на предприятии; - нормативное регулирование бухгалтерского учета. Уметь: - осуществлять сбор, обработку и анализ данных для формирования учетных и отчетных документов; - правильно идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать на бухгалтерских счетах отдельные хозяйственные операции. Владеть: навыками самостоятельного применения теоретических основ и принципов бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности при решении управленческих задач
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины. Теоретические основы бухгалтерского учета Бухгалтерский финансовый учет Бухгалтерская (финансовая) отчетность в маркетинговой деятельности
Разработчики	Клочко Светлана Назарьевна к.э.н. доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Инвестиционный менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	освоение студентами теоретико-методологических основ осуществления инвестиционной деятельности, получение практических навыков и получение профессиональных компетенций в области управления инвестиционной деятельностью предприятий и организаций
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ОПК-4.1 Знание категориально-понятий аппарат инвестиционного менеджмента; виды инвестиционных решений способы организации процесса принятия инвестиционных решений; виды источников инвестиционных ресурсов и особенности их влияния на рост ценности компании</p> <p>ОПК-4.2 Применяет подходы к принятию инвестиционных решений, использует методы оценки влияния решений по финансированию инвестиций на рост ценности компании</p> <p>ОПК-4.3 Осуществляет оценку инвестиционно-финансовых ресурсов и стоимости компании с учетом выявленных и оцененных рисков</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание методических подходов к оценке инвестиционной деятельности, эффективности инвестиционных проектов, инвестиционному бизнес- проектированию, анализу и оценке рисков в инвестиционной деятельности; - закономерности экономических отношений на инвестиционных и финансовых рынках, - основы и способы формирования инвестиционных бизнес-идей; - принципы, приемы, правила, содержание процессов разработки и обоснования бизнес-планов инвестиционных проектов; - способы и подходы проектирования проектных и матричных структур для управления инвестиционными проектами организаций <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений; - находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании; - разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); - оценивать экономические и социальные условия реализации бизнес-планов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;

	<ul style="list-style-type: none"> - методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения; - методами оценки новых рыночных возможностей; - методами анализа различных финансовых инструментов; - методами и инструментами разработки бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); - методами оценки бизнес-планов инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Сущность, содержание инвестиционного менеджмента</p> <p>Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности</p> <p>Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта</p> <p>Управление рисками в инвестиционной деятельности</p>
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Иностранный язык» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов компетенций, предоставляющих возможность успешного использования иностранного (английского) языка в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1 Имеет базовые знания об основных фонетических, лексических и грамматических явлениях изучаемого иностранного языка, позволяющих использовать его как средство личностной коммуникации УК-4.2 Выбирает на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. УК-4.3 Использует диалог на иностранном языке для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основные фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личностной и профессиональной коммуникации на уровне В2; наиболее употребительную лексику общего языка на уровне В2 и базовую терминологию в своей профессиональной области; требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры; Уметь: использовать на практике приобретенные учебные умения, в том числе определенные приемы умственного труда; осуществлять устное и письменное иноязычное общение в соответствии со своей сферой деятельности. Владеть: навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и межкультурном общении на иностранном языке; стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины: Темы: personality, feelings social issues, storytelling, changes, progress, advertising, age, media, behaviour, crime, art; Грамматика: времена глагола, активный/пассивный залог, used to, would; be/get used to, способы выражения будущего времени, конструкции для выражения сожаления (I wish/if only), артикли, условные предложения, модальные глаголы, указатели количества, прямая/косвенная речь, форма -ing и инфинитив, past modals of deduction, придаточные предложения, причастные обороты;

	Лексика: word formation, verbs and nouns with the same form, sayings, multi-word verbs, compound nouns, collocations, reporting verbs, dependent prepositions, two-parts phrases; Письмо: an informal email; an opinion essay, a letter of complaint, a story, a report, a discursive essay, an informal article, a leaflet, a review.
Разработчики	Фарафонова Ю.Ю., старший преподаватель; Кравченко И.П., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины <i>«Интегрированная логистика»</i> по направлению подготовки 38.03.02 <i>Менеджмент</i> профилю подготовки <i>«Маркетинг»</i> квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	изучение лучших мировых практик в сфере организации и управления логистическими системами организации, а также использование полученных знаний для анализа реальных и проектирования интегрированных цепей поставок инновационного предприятия.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание методов, форм и средств наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок ОПК-3.2 Применяет методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок ОПК-3.3 Использует методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок. Уметь: применять методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок. Владеть: навыками применения методов, форм и средств наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия Тема 2. Администрирование логистической системы предприятия Тема 3. Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок Тема 4. Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия
Разработчики	Щекотурова С.Д., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Интернет-маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-5.1 Знание основных задач интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней. ОПК-5.2 Использует современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности ОПК-5.3 Применяет методы управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основные задачи интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней. Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности. Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Создание и продвижение сайта Контекстная реклама Социальные медиа Оценка эффективности интернет-продвижения
Разработчики	Зонин Н.А. к.э.н, доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Интернет-предпринимательство» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-5.1 Знание основных задач интернет-предпринимательской деятельности, информационных технологий и программные средства, применяемые в ней ОПК-5.2 Использует современные информационные технологии и программных средств при решении задач интернет-предпринимательской деятельности ОПК-5.3 Применяет методы управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет- интернет-предпринимательской деятельности, и осуществляет их интеллектуальный анализ
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основные задачи интернет- предпринимательской деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней. Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач интернет- предпринимательской деятельности. Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет- интернет- предпринимательской деятельности, и их интеллектуального анализа.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта Цифровые каналы продвижения Социальные сми Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта
Разработчики	Зонин Н.А., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «История (история России, всеобщая история)» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, целостной картины отечественной и мировой истории, учитывающей взаимосвязь всех ее этапов, их значимость для понимания современного места и роли России в мире.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать важнейшие понятия и термины, основные события, явления и процессы отечественной и мировой истории; ключевые методологические, исторические и источниковедческие проблемы отечественной истории; признаки и характеристики, изучаемых в курсе политических, социальных, культурных процессов и явлений, связанных с отечественной и мировой историей;</p> <p>Уметь ориентироваться в историческом и этнокультурном пространстве мировой истории; использовать полученные знания для формирования собственной гражданской позиции и толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>Владеть навыками ведения научной полемики; методами критического анализа исторической информации.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Основы методологии исторической науки. Древнейшие цивилизации человечества</p> <p>Тема 2. Особенности становления государственности в России и мире</p> <p>Тема 3. Русские земли в XII - XV веках и европейское Средневековье</p> <p>Тема 4. Россия в XVI – XVII веках в контексте развития европейской цивилизации</p> <p>Тема 5. Россия и мир в XVIII – XIX веках</p> <p>Тема 6. Россия (СССР) и мир в первой половине XX века</p> <p>Тема 7. СССР и мир во второй половине XX века</p> <p>Тема 8. Россия и мир в XXI веке</p>
Разработчики	доцент института гуманитарных наук Жданович Людмила Николаевна

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Модуль информационно-технологический» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: приобретение обучающимися базовых знаний по вопросам программирования web - ресурсов на основе современных web - технологий
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели. УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования. УК.6.3. Умеет обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития; умеет рационально распределять временные и информационные ресурсы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать основные принципы разработки web - ресурсов. Уметь создавать современные web - ресурсы. Владеть практическими навыками программирования web – ресурсов на основе современных web - технологий
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины. Раздел 1. Основы HTML5. Раздел 2. Основы CSS3. Раздел 3. Теги, связанные с поисковые системами и скриптами. Псевдоклассы.
Разработчики	Марков Андрей Витальевич, ассистент института физико-математических наук и информационных технологий

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Коммерческая деятельность» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование представления об основных процессах коммерческой деятельности, особенностях использования инструментов Коммерческой деятельности; приобретение теоретических знаний и практических навыков коммерческой деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание содержательных элементов коммерческой деятельности ОПК-3.2 Использует основные инструменты коммерческой деятельности при управлении современной организации ОПК-3.3 Принимает решения по использованию основных инструментов коммерческой деятельности при управлении современной организации ОПК-4.1 Знание основ коммерческой деятельности современной организации ОПК-4.2 Использует методологию применения основных инструментов коммерческой деятельности как части бизнес-плана организации ОПК-4.3 Применяет основные инструменты коммерческой деятельности как части бизнес-плана организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту и сбытовую политику организации; - понятие, содержание, принципы, структуру, задачи, формы, оптовой торговли, а так же услуги оптовой торговли; - нормативную и правовую базу коммерческой деятельности; - принципы классификации коммерческих сделок и операций по целям торговых операций, по видам товаров и услуг; - особенности классификации внешнеторговых операций; - этапы планирования и организации закупок материальных ресурсов (МР), условия поставки МР; - основные формы расчетов при закупке МР; - ответственность сторон при закупочной деятельности; - функционирование и роль в продажах товарных бирж, аукционов, выставок, ярмарок; - понятие электронной коммерции (ЭК), этапы ее становления и развития, а так же составляющие и процессы ЭК; - типы посредников в ЭК; - факторы влияющие на развитие ЭК; - особенности и принципы коммерческой деятельности производственного предприятия; - структуру и организацию управления коммерческой

	<p>деятельностью производственного предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> - материально-техническое обеспечение производственного предприятия в контексте коммерческой работы; - сущность коммерческой деятельности при выходе на внешний рынок, факторы влияющие на процессы внешнеэкономической коммерческой деятельности; - современные тенденции взаимодействия России с ВТО, правила ВТО; - классификацию посредников, их роль и место на рынке; - о деятельности торговых домов, их роль на рынке; - значение розничной торговли, ее природу и особенности; - типы розничных торговых предприятий, способы классификации предприятий розничной торговли, формы продаж; - форматы магазинов, их группировки; - функционирование торговых сетей; - основы мерчандайзинга как искусство сбыта; - услуги розничной торговли; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать коммерческие связи и выбирать поставщика; - составлять конкурентные листы; - планировать и организовывать коммерческую деятельности по сбыту; - совершенствовать систему сбыта; - использовать формы и методы организации сбыта; - разрабатывать публичную оферту; - разрабатывать бюджет материального обеспечения; - создавать проект сайта магазина с соответствующим содержательным наполнением - организовывать договорную работу с посредниками и налаживать коммерческие связи; - управлять запасами; - организовывать товароснабжение; - разрабатывать сбытовую политику. - разрабатывать систему коммерческой работы на производстве; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологией торговой деятельности; - навыками взаимодействия с посредниками.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Введение в коммерческую деятельность. Планирование и организация снабжения. Сбыт в коммерческой деятельности. Методы и формы торговли. Посредники на рынке. Розничная торговля. Электронная коммерция. Искусство продаж в коммерческой деятельности.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Кашпаров Дмитрий Витальевич к.э.н., доцент</p>

АННОТАЦИЯ
программы модуля
«Коммуникационный модуль»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
профилю подготовки «Маркетинг»
квалификация выпускника бакалавр

Характеристика модуля

1. Образовательные цели и задачи

Модуль ставит своей целью создать условия для эффективного формирования и развития универсальных компетенций.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) способствовать пониманию специфики вербальной и невербальной коммуникации;
- 2) формировать навыки языковой рефлексии и саморефлексии; навыки (само)анализа коммуникативной личности;
- 3) способствовать формированию системного представления о структурно-содержательных и функциональных особенностях устной и письменной коммуникации.

2. Образовательные результаты выпускника

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-6	УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития	Знать: основные стратегии выстраивания траекторий саморазвития Уметь: управлять своим временем и выстраивать траекторию саморазвития. Владеть: навыками саморазвития

3. ЭЛЕМЕНТЫ МОДУЛЯ

Тема 1. Коммуникативные модели. Виды и типы коммуникации

Тема 2. Человек в мире знаков: вербальная и невербальная коммуникация. Языковая норма

Тема 3. Психология коммуникации

Тема 4. Культура официально-деловой речи

Тема 5. Публичное выступление. Устная деловая коммуникация: средства и организация

Тема 6. Этические нормы делового общения

Тема 7. Условия успешности общения. Речевое взаимодействие

Разработчики:

Кандидат филологических наук, доцент А.А. Остапенко

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Критическое мышление»	
Цель изучения дисциплины	Ключевой целью является развитие у обучающихся навыков анализа и синтеза, формулирования выводов, аргументации и обоснования оценок и суждений, принятия решений в различных сферах жизни, формирование общей экологии мышления.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.3. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: критерии постановки задач в соответствии с целью. Уметь: анализировать информацию и работать с большим количеством источников информации. Владеть: технологиями поиска решений поставленной задачи и анализа последствий возможных решений задачи.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<i>Основные разделы (темы) дисциплины.</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типология ошибок в аргументации и логических заблуждений. 2. Эпистемологические, психологические и коммуникационные истоки заблуждений. 3. Риторические приемы: манипулятивный потенциал в аргументации. 4. Критическое мышление, противодействие манипулятивным технологиям и интерпретация текста. 5. Стратегии построения критически аргументированного изложения авторской позиции.
Разработчики	Корочкин Федор Федорович, к. филос. н., Васинева Полина Александровна, к. филос. н.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	овладение обучающимися современным аппаратом в сфере инновационной экономики, организации и управления соответствующих ей предпринимательских структур в кросс культурном контексте
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 – способность к эффективному социальному взаимодействию и ролевому участию в командной работе
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-3.1 Имеет базовые представления о методах социального взаимодействия в команде</p> <p>УК-3.2 Применяет методы социального взаимодействия в команде и способен выполнять свою роль в команде</p> <p>УК-3.3 Выбирает оптимальный способ решения задач социального взаимодействия и ролевого участия в командной работе</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: методы социального взаимодействия и работы в команде</p> <p>Уметь: выполнять свою роль в команде и социально взаимодействовать</p> <p>Владеть: навыками социального взаимодействия и ролевого участия в командной работе</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины: Культура и менеджмент, межкультурная коммуникация, монохромные и полихромные культуры, переговоры и принятие решений в мульти культурной среде
Разработчики	Ковбасюк Ольга Владимировна к.п.н. доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Макроэкономика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	изучение основных экономических законов, моделей и методов, а также инструментов государственного регулирования на уровне национальной экономики и формирование у учащихся системы знаний, умений и навыков использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Имеет представление об (на промежуточном уровне) основах экономической, организационной и управленческой теории ОПК-1.2 Применяет знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК-1.3 Способен решать профессиональные задачи (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: -основные законы и закономерности проявления экономических процессов на уровне национальной экономики -причины и последствия макроэкономических явлений -особенности воздействия макроэкономических факторов в различных сферах деятельности -модели, методы и инструменты, применяемые в экономической науке на уровне национальной экономики Уметь: -выявлять и оценивать макроэкономические факторы, -оценивать последствия воздействия макроэкономических факторов на деятельность организации, -работать с источниками макроэкономической информации Владеть: -методами и инструментами исследования макроэкономических процессов, -навыками принятия решений в условиях воздействия макроэкономических факторов
Краткая характеристика учебной дисциплины	1. Основы макроэкономики: модели и показатели. 2. Государство и его роль в экономических процессах. 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс. 4. Рынок труда и социальная политика 5. Экономическое развития и экономический рост
Разработчики	Сафонова И.Ю. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-10.1 Понимает логику разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации в социальных медиа</p> <p>УК-10.2 Анализирует и грамотно интерпретирует информацию из социальной медиа-среды</p> <p>УК-10.3 Разрабатывает маркетинговую стратегию, контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логику разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации в социальных медиа; - законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; - основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); <p>Уметь :</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и грамотно интерпретировать информацию из социальной медиа-среды; - разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ; - создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях; анализировать информационные потребности посетителей сайта. - интегрировать социальные медиа в маркетинговую информационную систему компании; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой межличностного общения; - основными методами переработки данных; - способами ориентации в профессиональных источниках информации; - способностью оценивать информацию из иностранных источников и ее значимость; способностью интерпретировать и критически резюмировать полученную информацию из иностранных источников, применять её в новых

	<p>условиях; - навыками в области формирования и корректирования юзабилити веб аналитики на основе отзывов и комментариев клиентов в социальных медиа.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги. Тренды маркетинга в соцмедиа Инструментарий SMM. Маркетинговые исследования в социальных медиа</p>
<p>Разработчики</p>	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	приобретение теоретических знаний, формирование практических умений и навыков в области маркетинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.</p> <p>ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-10.1 Понимает современные концепции маркетинга, управленческих функций маркетинга, комплекса маркетинга</p> <p>УК-10.2 Применяет приемы, методы, алгоритмы анализа внешней и внутренней маркетинговой среды на практике</p> <p>УК-10.3 Владение навыками выработки экономически обоснованных управленческих решений в области маркетинга</p> <p>ОПК-2.1 Знание приемов, методов и алгоритмов сбора и анализа данных о рынке</p> <p>ОПК-2.2 Осуществляет сбор вторичной информации о рынке и факторах, влияющих на рынок</p> <p>ОПК-2.3 Анализ конъюнктуры рынка и принятия маркетинговых решений</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — понятие и концепции маркетинга, роль маркетинга в деятельности компании; — управленческие функции маркетинга; — составляющие комплекса маркетинга: товарную, сбытовую, ценовую, коммуникационную политики компании. — факторы внутренней и внешней маркетинговой среды компании; — принципы и критерии сегментирования рынков, позиционирования компании на рынке; — методы анализа внешней маркетинговой среды и анализа бизнес портфеля компании; — элементы комплекса маркетинга: товарную политику, ценовую, распределительную, коммуникационную. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — планировать мероприятия в области маркетинга; правильно ставить цели и задачи маркетинговой деятельности; — проводить анализ внешней маркетинговой среды, формировать PEST-матрицу, SWOT-матрицу. — применять принципы сегментирования и позиционирования

	<p>компании на рынке; — формировать маркетинговые инструменты реализации стратегии компании, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия.</p> <p>Владеть: — навыками и методами анализа основных элементов комплекса маркетинга. — навыками проведения анализа внешней маркетинговой среды; - навыками анализа основных инструментов маркетинговой деятельности.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства 2. Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя среды 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке 4. Комплекс маркетинга
Разработчики	Щербинина Л.Ю. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Физическая культура и спорт» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, повышения уровня работоспособности и физической подготовленности к будущей жизни и профессиональной деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК) УК-7.3.	УК-7.1. Определяет личный уровень сформированности показателей физического развития и физической подготовленности и понимает роль физической культуры и спорта в сохранении и укреплении здоровья. УК-7.2. Владеет технологиями сохранения здоровья и поддержания работоспособности средствами физической культуры и спорта с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности. УК-7.3. Осуществляет выбор средств и методов физической культуры и спорта для собственного физического развития, коррекции здоровья и восстановления работоспособности, соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в социальной и профессиональной деятельности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: Роль физической культуры и спорта в развитии личности, подготовке к профессиональной деятельности, влияние физической культуры на укрепления здоровья. Основные средства и методы физического воспитания. Методы оценки и контроля физического развития и физической подготовленности. Уметь: Использовать средства и методы физической культуры для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования и самовоспитания, формирования здорового образа и стиля жизни; Выполнять комплексы упражнений оздоровительной, адаптивной (лечебной) физической культуры и профессионально прикладной направленности. Владеть: Опытном самостоятельно применять средства и методы физического воспитания, методами контроля состояния организма при нагрузках. Опытном ведения здорового образа жизни, участия в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.
	Универсиады. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс.
	Социально-биологические основы физической культуры.

	Основы здорового образа жизни студента.
	Лечебная физическая культура и спорт как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях.
	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.
	Физическая подготовка в системе физического воспитания.
	Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений.
	Современные оздоровительные системы физических упражнений.
	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.
	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности специалиста.
	Основы судейства соревнований базовых видов спорта.
Разработчики	К.п.н, доцент Д.И. Воронин, К.п.н, доцент О.Б. Томашевская, старший преподаватель Л.Л. Соболева

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Философия»	
Цель изучения дисциплины	создание у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, формирование основ философского мировоззрения и критического мышления.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Определяет место и роль философии в структуре мировоззрения, выявлять связь между содержанием базовых философских понятий и мировоззренческой позицией УК-1.2. Выявляет связь и способы воздействия философских подходов на характер мировоззрения, применять методы критического анализа выявленной связи и пользоваться методологией выбора эвристических философских подходов для формирования мировоззренческой позиции УК-5.1 Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3 Выстраивает уважительное и вежливое участие в дискуссиях
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать основные философские категории, проблемы, школы, течения. об основных проблемах современного общества, его сложности и разнообразии Уметь пользоваться философской терминологией в собственных рассуждениях толерантно относиться к социальным различиям Владеть навыками проблемного мышления, методического сомнения и философской рефлексии навыками уважительного и вежливого участия в дискуссиях
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Место и роль философии в культуре. Тема 2. Основные этапы исторического развития философии и особенности современной философии. Тема 3. Философское учение о бытии. Тема 4. Сознание как философская проблема. Тема 5. Познание, его возможности и границы; особенности научного познания. Тема 6. Философское учение об обществе. Тема 7. Природа человека и смысл его существования. Тема 8. Философское учение о ценностях. Тема 9. Философские проблемы науки и техники; проблемы и перспективы современной цивилизации.
Разработчики	Чалый Вадим Александрович, доктор философских наук, профессор

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Финансовый анализ» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов навыков в области теории и практики финансового анализа организаций (предприятий) с целью принятия соответствующих управленческих решений.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Понимает теоретические основы финансового анализа, практические методы проведения аналитических исследований, в том числе с использованием специализированных программных продуктов ОПК-1.2 Применяет методику финансового анализа в практике хозяйственной деятельности; использовать результаты анализа в планировании и управлении предприятием ОПК-1.3 Проводит анализ больших объемов финансово-экономической информации для обоснования управленческих, инвестиционных и финансовых решений
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: -теоретические основы финансового анализа; -практические методы проведения аналитических исследований, в том числе с использованием специализированных программных продуктов Уметь: - применять методику финансового анализа в практике хозяйственной деятельности; - использовать результаты анализа в планировании и управлении предприятием Владеть: - навыками переработки больших объемов финансово-экономической информации для обоснования управленческих, инвестиционных и финансовых решений; - спецификой оценки стоимости активов и обязательств предприятия и навыками практического применения различных методов оценки
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1 Концепция финансового анализа Тема 2 Анализ финансового состояния организации Тема 3 Анализ финансовых результатов организации Тема 4 Оценка деловой активности и доходности Тема 5 Оценка вероятности банкротства
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины « <i>Финансовый менеджмент</i> » по направлению подготовки 38.03.02 <i>Менеджмент</i> профилю подготовки « <i>Маркетинг</i> » квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	изучение экономических закономерностей и взаимосвязей, возникающих в финансовой сфере функционирования предприятий и организаций.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК – 1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; ОПК – 2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Понимает теоретические основы финансового менеджмента и практические финансовые инструменты управления предприятием ОПК-1.2 Использует теоретические знания и практические модели в работе, связанной с управлением финансами предприятия ОПК-1.3 Применяет (на промежуточном уровне) набором методик для управления финансами предприятия ОПК-2.1 Понимает теоретические решения задач финансового менеджмента и основных источников информации для принятия экономико-финансовых решений ОПК-2.2 Использует теоретические знания для решения поставленных управленческих задач с применением современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.3 Применение методик для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теоретические основы финансового менеджмента и практические финансовые инструменты управления предприятием; теоретические основы решения задач финансового менеджмента и основные источники информации для принятия экономико-финансовых решений; Уметь: использовать теоретические знания и практические модели в работе, связанной с управлением финансами предприятия, использовать теоретические знания для решения поставленных управленческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; Владеть: набором методик для управления финансами предприятия, набором методик для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач
Краткая характеристика учебной дисциплины	<i>Основные разделы дисциплины.</i> Основы финансового менеджмента Стоимость активов Риск и доходность

	Инвестиционные решения Финансовое управление текущими операциями Управление финансированием
--	---

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Ценообразование в маркетинге» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование понимания об основных процессах связанных с ценообразованием в современной организации; приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с процессом ценообразования учитывающим кроме экономических, маркетинговые аспекты.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1 Знание содержательных элементов ценообразования ОПК-4.2 Применяет методологию ценообразования и технологических этапов направлений и разделов ценообразования ОПК-4.3 Реализует технологии, методы и инструменты ценообразования в реализации бизнес-планов а так же создания и развития новых направлений деятельности организаций
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - Методологию и методы ценообразования; - Принципы ценообразования; - Тактические приемы ценообразования; - Показатели анализа результатов тестирования цены и методы тестирования цены; - Прогнозирование цен, - Ценовую политику; - Ценовые стратегии; - Процесс ценообразования; - Методы сбора информации о ценах; - Понятие цены, сущность и роль в рыночной экономике и маркетинге; - Взгляды на категорию «цена» в истории экономической мысли; - Функции, систему и классификацию видов цен; - Теории стоимости; - Особенности ценообразования на различных типах рынка; - Издержки и себестоимость как элементы расчета цен; - Классификацию затрат по статьям калькуляции; - Методы калькулирования себестоимости; Смета затрат; - Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности. Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - Выбирать метод ценообразования; - Выбирать и применять тактические методы ценообразования (скидки, надбавки, наценки, продажа товаров в кредит, тактика «ценовых градаций», выставление цены с помощью надписей и рисунков, использование зазывных цен); - Оценивать структуру цены; - Проводить исследование цен, - Разрабатывать ценовую политику организации;

	<ul style="list-style-type: none"> - Формулировать ценовую стратегию для организации; - Определять эластичность спроса по цене; - Рассчитывать точку безубыточности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком расчета цены; - навыком использования методов тестирования цены; - навыком расчета рыночного равновесия; - навыком составления сметы затрат; - навыками сбора информации о ценах разными методами;
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Рыночные аспекты ценообразования. Методология формирования и управления ценами в маркетинге. Исследование цен в маркетинге Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности</p>
Разработчики	Кашпаров Дмитрий Витальевич к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Экономическая безопасность» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	дать знания сущности и основного содержания экономической безопасности государства, региона, предприятия, личности, основных критериев и показателей уровня безопасности, методов анализа коммерческого риска.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание общих теоретических положений о методах и инструментах предотвращения и локализации угроз ОПК-2.2 Использует системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания ОПК-2.3 Осуществляет приемы организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия в конкретных условиях функционирования предприятия
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: общие теоретические положения курса и его основные понятия; методологию формирования системы показателей для мониторинга; методы и инструменты предотвращения и локализации угроз Уметь: системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания; при анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности Владеть: приемами организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия; навыками разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1 Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения. Тема 2 Служба экономической безопасности организации. Тема 3 Физическая защита персонала коммерческой организации. Тема 4 Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей. Тема 5 Хищения в организациях и методы борьбы с ними. Тема 6 Обеспечение информационной безопасности организации. Тема 7 Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации. Тема 8 Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом. Тема 9 Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.
Разработчики	

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Экономическая теория»

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

профилю подготовки «Маркетинг», квалификация выпускника бакалавр

Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся способностей к выполнению определенных видов деятельности, призванных дать студентам фундаментальные знания концепций и категорий современной экономической теории, закономерностей функционирования рыночной экономики и поведения ее субъектов, механизмов формирования цен и объемов производства на различных типах рынков, взаимосвязи и динамики объемов национального производства, инфляции, занятости и других макроэкономических агрегатов; сформировать методологическую основу для изучения специальных теоретических и прикладных курсов программы, базирующихся на экономической теории; ознакомить студентов с результатами современных научных исследований российских и зарубежных ученых в области экономической науки, микро- и макроэкономического анализа; развивать у студентов способность вырабатывать собственную позицию по актуальным теоретическим проблемам экономической науки и ее практическим приложениям в области экономической политики и развития российского предпринимательства; формировать у студентов навыки аналитической деятельности в области прикладных аспектов экономической теории, умение проводить самостоятельные научные исследования и обобщать полученные результаты, формулировать и обосновывать аргументы в защиту собственной позиции; осуществлять профессиональное общение и коммуникации по вопросам организации и управления собственной профессиональной деятельностью
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности ОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК-1.3 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий ОПК-1.4. Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основы экономических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности Уметь: – использовать знание экономической, организационной и управленческой теорий в профессиональной деятельности;

	<p>– осуществлять постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой наук</p> <p>Владеть: Владеет способностью содержательно интерпретировать формальные выводы теоретических моделей.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Основные этапы и предпосылки развития экономической науки. Предмет и основные методы изучения экономической теории. Принципы экономической теории. Основные модели экономической теории. Альтернативные издержки. Выбор в условиях ограниченности ресурсов. Рынок и рыночные отношения: спрос, предложение, рыночное равновесие. Виды рыночного равновесия. Эластичность как основная характеристика спроса и предложения. Виды эластичности спроса и предложения, факторы их определяющие. Государственное вмешательство и налоговое бремя, распределение налогового бремени. Теория издержек производства. Основные подходы к определению издержек производства. Издержки в краткосрочном периоде, издержки в долгосрочном периоде. Рыночные структуры и их виды. Конкуренция и ее виды. Основные показатели экономической деятельности государства. Основные макроэкономические показатели. Номинальные и реальные показатели. Способы подсчета ВВП. Дефлятор ВВП. ВВП и благосостояние нации. Макроэкономическая нестабильность: безработица и инфляция. Изменение экономических и социальных издержек инфляции и безработицы. Модель совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие. Налоги, фискальная политика государства. Государственный бюджет. Бюджетно-налоговая политика. Деньги и денежный рынок. Денежно-кредитная политика государства..</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Алиева И.А. к.э.н., доцент</p>

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины « Элективные курсы по физической культуре и спорту» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности, систематическое физическое самосовершенствование.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-7.1. Определяет личный уровень показателей физического развития, функционального состояния и физической подготовленности. УК-7.2. Осуществляет выбор видов двигательной активности для развития физической подготовленности, восстановления работоспособности, сохранения и укрепления здоровья. К-7.3. Демонстрирует уровень физической подготовленности, необходимый для социальной жизни и будущей профессиональной деятельности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: Методы оценки и контроля физического развития, функционального состояния и физической подготовленности. Разнообразие средств и методов физической культуры и спорта, систем физических упражнений. Влияние физической культуры на сохранение и укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек. Уметь: Использовать разнообразные средства и методы физической культуры и спорта для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования и самовоспитания, формирования здорового образа и стиля жизни. Владеть: Методами контроля состояния организма при физических нагрузках, опытом участия в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности и пропаганды здорового образа жизни.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Ознакомление с правилами техники безопасности. Оценка уровня функционального и физического состояния организма.
	Общефизическая подготовка с основами видов двигательной активности. Средства и методы общефизической подготовки

	Совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств.
	Специальная физическая подготовка в избранном виде двигательной активности. Разучивание и совершенствование упражнений различных видов спорта. Рекомендации по составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом исходного уровня и (или) имеющихся отклонений в состоянии здоровья.
	Правила соревнований в избранном виде двигательной активности. Судейская практика. Мастер-классы.
	Оценка уровня физической подготовленности в избранном виде двигательной активности.
	Оценка уровня развития физических качеств: выносливость, сила, скоростные способности, координационные способности, гибкость. Индивидуальный уровень физической подготовленности.
Разработчики	К.п.н, доцент Д.И. Воронин, К.п.н, доцент О.Б. Томашевская, старший преподаватель Л.Л. Соболева

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов понимания роли и функции продвижения и всех его составляющих как инструментов маркетинга, их значения в деятельности предприятий.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Имеет базовое представление о методах маркетингового исследования рекламного рынка, эффективности рекламных акций и компаний ОПК-1.2 Проводит мониторинг рекламного рынка и оценивать эффективность рекламных компаний ОПК-1.3 Применяет методы оценки эффективности рекламной деятельности на основе маркетинговых исследований ОПК-3.1 Знание принципов формирования маркетинговых стратегий в рекламной деятельности предприятия ОПК-3.2 Анализирует взаимосвязи с функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по разработке рекламной кампании ОПК-3.3 Обобщает зарубежный и отечественный опыт управления рекламной деятельностью предприятия
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: -методы маркетингового исследования рекламного рынка, эффективности рекламных акций и компаний -принципы формирования маркетинговых стратегий в рекламной деятельности предприятия. Уметь: -проводить мониторинг рекламного рынка и оценивать эффективность рекламных компаний -анализировать взаимосвязи функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по разработке рекламной кампании; -осуществлять разработку и реализацию медиапланирования в рекламной кампании в соответствии с маркетинговым планированием предприятия. Владеть: -методами оценки эффективности рекламной деятельности на основе маркетинговых исследований

	-умением обобщать зарубежный и отечественный опыт управления рекламной деятельностью предприятия.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций</p> <p>Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально- психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.</p> <p>Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.</p> <p>Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.</p> <p>Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.</p> <p>Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.</p> <p>Методы расчета бюджета</p> <p>Оценка эффективности коммуникативной деятельности</p>
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинговое консультирование» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	подготовка квалифицированных специалистов по маркетингу, владеющих инструментами внедрения содержания маркетинга в организационные структуры любого уровня за счет изучения и использования видов прикладного консультирования, особенностей проведения маркетингового и управленческого консультирования в различных сферах деятельности и закрепления знаний (и развитие навыков) по практическому консультированию
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Понимает содержательных элементов маркетингового консультирования в построении траектории саморазвития ОПК-2.2 Использует методологию маркетингового консультирования ОПК-2.3 Планирует и реализует технологию маркетинга и маркетингового консультирования
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - теоретические основы прикладного консультирования; - основные задачи и методы прикладного консультирования; - области применения и возможности прикладного консультирования. Уметь: - использовать полученные знания для осуществления консультационной деятельности по основным вопросам управления; - соединять разнородную маркетинговую информацию в единое целое в целях принятия эффективных управленческих решений для последующего консультирования; - разрабатывать программы маркетингового консультирования; - использовать формы консультирования; формировать инновационной схемы маркетингового консультирования Владеть: - методами маркетингового консультирования; - инструментами реализации задач маркетинга; - практическим навыками, связанными с использованием инструментов маркетингового консультирования.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Сущность и содержание процессов маркетингового консультирования. Взаимодействие субъектов маркетингового консультирования. Маркетинговое консультирование проекта.
Разработчики	Кашпаров Дмитрий Витальевич к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование знаний, умений и навыков разработки, планирования и проведения маркетингового исследования.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание методов сбора первичной и вторичной информации, методов формирования выборочного исследования, методов подготовки и анализа данных для решения управленческой проблемы ОПК-2.2 Применение принципов и научных методов планирования и проведения маркетингового исследования ОПК-2.3 Осуществление работы с заказчиком при разработке и проведении маркетингового исследования, начиная от разработки ТЗ до формирования отчета ОПК-6.1 Знание методов и современных алгоритмов обработки и анализа данных ОПК-6.2 Подбор необходимых информационных технологий для решения конкретных задач маркетингового исследования ОПК-6.3 Работа в программе SPSS- STATISTICA. ПК-1.1 Использует методологии разработки и проведения маркетингового исследования ПК-1.2 Организует все этапы маркетингового исследования ПК-1.3 Осуществляет планирование и проведение маркетингового исследования на конкретном рынке
Знания, умения и навыки,	Знать:

<p>получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы планирования и проведения маркетингового исследования; – методы сбора первичной информации; – принципы и научные подходы к разработке форм сбора информации; – научные основы проведения выборочных маркетинговых исследований; – методы подготовки и анализа информации, разработки практических рекомендаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать ТЗ на проведение маркетингового исследования; - разрабатывать шкалы, анкету, другие формы сбора первичной информации в рамках маркетингового исследования; - проводить сбор, подготовку и анализ информации; - разрабатывать отчет по итогам проведения маркетингового исследования. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки технического задания на проведение маркетингового исследования; - навыками проведения полевого и кабинетного маркетингового исследования; - навыками подготовки и анализа данных, собранных в ходе маркетингового исследования
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы планирования маркетингового исследования. 2. Качественные и количественные методы сбора информации. 3. Разработка анкеты и проведение выборочного исследования. 4. Полевые работы, подготовка и анализ данных.
<p>Разработчики</p>	<p>Щербинина Л.Ю. к.э.н., доцент</p>

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Маркетинговый анализ» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	освоение бакалаврами теоретических основ маркетингового анализа и применение полученных навыков в практической деятельности маркетолога
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; ПК-1 Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание методологии, основных современных методических подходов, методов и моделей маркетингового анализа, особенностей их построения (в том числе с использованием современных информационных технологий) и практического использования в маркетинге ОПК-2.2 Разрабатывает на основе маркетинговой аналитики практически значимые управленческие решения ОПК-2.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе специализированные программные продукты для проведения маркетингового анализа и представления его результатов ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг ПК-1.2 Осуществляет маркетинговый анализ внешней и внутренней среды фирмы ПК-1.3 Проводит маркетинговый анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг на основе современных методов маркетинговой аналитики
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: Методологию, основные современные методические подходы, методы и модели маркетингового анализа, особенности их построения (в том числе с использованием современных информационных технологий) и практического использования в маркетинге Технологию маркетингового анализа Уметь: Разрабатывать на основе маркетинговой аналитики практически значимые управленческие решения Представлять результаты проведенного маркетингового анализа Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе специализированными программными продуктами для проведения маркетингового анализа и представления его результатов Техниками маркетингового анализа
Краткая характеристика учебной дисциплины	1. Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг. 3. Анализ внешней среды фирмы 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.

Разработчики	Лукьянова Наталия Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.
--------------	--

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Математика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	изучение студентами математического аппарата и формирование у них навыков, необходимых для усвоения общенаучных и специальных дисциплин, воспитание достаточно высокой математической культуры. Математическая культура включает в себя ясное понимание необходимости математического образования в общей подготовке бакалавра, в том числе выработку представления о роли и месте математики в современной цивилизации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (Менеджмент)
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание фундаментальных математических объектов, используемых при формулировании базовых экономических понятий ОПК-2.2 Применяет основные математические алгоритмы и методы к решению задач экономико-финансового характера ОПК-2.3 Использует ретрансляции фундаментальных экономических закономерностей, выраженных в виде абстрактных математических структур на различные области знания с целью установления изоморфных соотношений
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - фундаментальные математические объекты, используемые при формулировании базовых экономических понятий, - основные математические методы и алгоритмы, позволяющие делать прогнозы и оценки для релевантных задач в областях экономики, финансов и политики Уметь: - использовать основные математические алгоритмы и методы к решению задач экономико-финансового характера, - корректно формулировать постановку задачи при моделировании реальных финансовых и экономических процессов Владеть: - навыками ретрансляции фундаментальных экономических закономерностей, выраженных в виде абстрактных математических структур на различные области знания с целью установления изоморфных соотношений - навыками работы с формальными математическими системами, принципами строгого анализа абстрактных математических формул и навыками интерпретации полученных математических решений в русле конкретных экономических и финансовых рекомендаций, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.
Краткая характеристика	Тема 1. Линейная алгебра Тема 2. Векторная алгебра

учебной дисциплины	Тема 3. Аналитическая геометрия в пространстве R_2 Тема 4. Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении Тема 5. Введение в математический анализ Тема 6. Дифференциальное исчисление Тема 7 Интегральное исчисление Тема 8 Обыкновенные дифференциальные уравнения
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Международный маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование знаний о специфике маркетинговой деятельности предприятия на международных рынках. В данном курсе рассматриваются основные вопросы организации маркетинговой деятельности за рубежом: среда международного маркетинга, выбор международного рынка, способы проникновения на зарубежные рынки, особенности комплекса маркетинга, правовые основы международного маркетинга
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-10.1 Знание теоретических основ, принципов и подходов в международном маркетинге; маркетинговых методов выхода на международные рынки УК-10.2 Определяет необходимые инструменты маркетингового анализ, применяет их для оценки рыночной ситуации на международном рынке УК-10.3 Владение техниками международного маркетинга, инструментами оценки внешней среды и зарубежных рынков для формирования и реализации маркетинговых стратегий
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теоретические основы, принципы и подходы в международном маркетинге. Знать маркетинговые методы выхода на международные рынки Уметь: определять необходимые инструменты маркетингового анализа, применять их для оценки рыночной ситуации на международном рынке Владеть: техниками международного маркетинга, инструментами оценки внешней среды и зарубежных рынков для формирования и реализации маркетинговых стратегий
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Концепция международного маркетинга Тема 2. Ключевые характеристики глобального рынка Тема 3. Протекционистская политика государств Стабильность зарубежного рынка. Тема 4. Особенности комплекса международного маркетинга Тема 5. Особенности управления маркетингом в глобальных компаниях Тема 6. Специфика продвижения товара на зарубежный рынок Тема 7. Маркетинговые коммуникации Комплекс маркетинга: PR, стимулировании сбыта, личные продажи, реклама в международной маркетинговой деятельностью компании. Тема 8. Совместное предпринимательство в международном маркетинге
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов комплекса знаний основ теории качества, методических приемов менеджмента качества и выработка практических навыков управления качеством с использованием принципов системного анализа, а также навыков по организации систем качества, отвечающих рекомендациям международных стандартов.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1 Знание основных понятий, методов и способов управления качеством, а также взаимосвязь понятий качества и конкурентоспособности продукции ОПК-4.2 Использует нормативно правовое обеспечения, регламентирующее деятельность предприятия в области качества умеет разрабатывать и совершенствовать системы управления качеством на предприятии ОПК-4.3 Применяет методы статистического контроля качества для принятия управленческих решений
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: сущность и роль качества в функционировании предприятий и организаций, основные методы и функции управления качеством, взаимосвязь понятий конкурентоспособность и качество продукции, систему всеобщего управления качеством Уметь: разрабатывать и совершенствовать системы менеджмента качества на предприятии, применять на практике статистические методы контроля качества Владеть: методами менеджмента качества при принятии управленческих решений, методами инструментального анализа, необходимыми для принятия решений в области менеджмента качества
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции. Функции и принципы управления качеством. Контроль качества в системах управления качеством. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности
Разработчики	Пурыжова Л.В., к.э.н, доцент.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	усвоение студентами важнейших понятий и закономерностей менеджмента, ознакомление с основными концепциями и современными подходами в теории менеджмента, овладение основными умениями и навыками, необходимыми для использования полученных знаний в практической управленческой деятельности
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2 Устанавливает разные виды коммуникации (деловую, межличностную) УК-3.3 Взаимодействует с другими членами команды, участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды УК-6.1 Понимает сущность управленческой деятельности, функции, технологии, основные качества эффективного менеджера УК-6.2 Использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний, умений и навыков УК-6.3 Планирует и реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, требований рынка труда ОПК-1.1 Понимает ключевые концепции менеджмента, функций менеджмента и принципов функционирования организаций с учетом их внутренней и внешней среды ОПК-1.2 Применяет современный инструментарий реализации основополагающих функций менеджмента ОПК-1.3 Способен оценивать влияние факторов внутри и вне организации на ее управление
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: особенности внутриорганизационной групповой динамики, механизмов командообразования, способы коммуникаций, механизмы управления конфликтами, стили руководства; сущность управленческой деятельности, функции, технологии, основные качества эффективного менеджера; основные понятия менеджмента, эволюцию менеджмента как науки и профессиональной деятельности; сущность управленческой деятельности, функции, технологии, основные качества эффективного менеджера; функции менеджмента, в т.ч. принципы целеполагания, особенности

	<p>организационного планирования; методы стратегического анализа; основы организационного проектирования; принципы функционирования и структуру организации как социально-экономической системы, основные отношения в ней; особенности внутренней и внешней среды; механизмы внутриорганизационного контроля; систему мотивации внутри организации</p> <p>Уметь: осуществлять критический анализ коммуникационных процессов в организации и разрабатывать предложения, направленные на повышение их эффективности; определять цели и задачи собственной деятельности и цели и задачи управления организацией; исследовать внутреннюю и внешнюю организационную среду и оценивать влияние ее факторов на управленческие ситуации и процессы внутри организации; разрабатывать и внедрять мотивационные программы для персонала организации, а также механизмы и способы его стимулирования;</p> <p>Владеть: современными методами, механизмами, технологиями эффективного командообразования в организации, а также групповой динамики; навыками деловых коммуникаций; современными методами, поиска, анализа и синтеза информации различного вида, имеющей отношение к процессу функционирования организаций и управления ими; современным инструментарием исследования деятельности организации, в т.ч. ее внешней среды; инструментами и методами реализации основополагающих функций менеджмента</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации. Основные этапы становления и методология современного менеджмента. Организация как объект менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации. Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование. Организация как функция менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Регулирование и контроль в системе менеджмента. Управление человеком и управление группой. Лидерство и руководство в менеджменте. Коммуникационный процесс в организации. Управление конфликтами в организации.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Бородавкина Н.Ю., к.э.н, доцент.</p>

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Методы и модели прогнозирования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	освоение бакалаврами теоретических основ прогнозирования и применение полученных навыков в практической деятельности маркетолога
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-10.1 Знает особенности социально-экономического прогнозирования, этапы разработки социально-экономического прогноза, современного обеспечения прогнозирования (информационное, организационное, методическое, программное и т.д.)</p> <p>УК-10.2 Применяет основные количественные (формализованных) модели прогнозирования, используемых в мировой практике</p> <p>УК-10.3 Разрабатывает достоверные прогнозы на основе базовых методов и моделей, а также навыками подготовки на их основе обоснованных экономических и маркетинговых решений</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: Технологию прогнозирования, базовые методы и модели прогнозирования, а также базовые задачи прогнозирования для маркетинговой деятельности</p> <p>Уметь: Строить достоверные прогнозы, разрабатывать модели для базовых задач прогнозирования и прогнозировать по ним.</p> <p>Владеть: Техниками прогнозирования и навыками работы в универсальных и специализированных программных средах.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов 2. Прогнозирование на основе экспертных методов 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов) 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов
Разработчики	Лукьянова Наталия Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Методы разработки и принятия управленческих решений» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование способности использовать количественные и качественные методы разработки управленческих решений для подготовки и обоснования направлений развития предприятий любой формы собственности, различных хозяйственных систем и структур
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание современных основ рационального подхода к разработке управленческих решений ОПК-3.2 Эффективно применяет адекватные методы обоснования управленческих решений ОПК-3.3 Понимает базовые принципы выбора оптимального решения на основе критериев социально-экономической эффективности для достижения поставленной цели
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: современные основы рационального подхода к разработке управленческих решений; Уметь: применять количественные и качественные методы обоснования управленческих решений в условиях риска и неопределенности, применять экспертные методы и технологии выработки решений; Владеть: методиками выбора оптимального решения на основе критериев социально-экономической эффективности.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Общие понятия курса. Классификация УР. Технология разработки рациональных управленческих решений. Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем. Критерии и ограничения при подготовке УР. Методическое обеспечение оценки альтернатив. Методы принятия УР в условиях неопределенности и риска. Методы организации и реализации УР. Оценка эффективности УР.
Разработчики	Бородавкина Н.Ю., к.э.н, доцент.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Микроэкономика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся способностей к выполнению определенных видов деятельности, призванных дать студентам фундаментальные знания концепций и категорий современной микроэкономики, закономерностей функционирования рыночной экономики и поведения ее субъектов, механизмов формирования цен и объемов производства на различных типах рынков, сформировать методологическую основу для изучения специальных теоретических и прикладных курсов программы, базирующихся на микроэкономике; ознакомить студентов с результатами современных научных исследований российских и зарубежных ученых в области микроэкономического анализа
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Использует основы экономической теории для успешного выполнения профессиональной деятельности ОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической науки ОПК-1.3 Применяет математический аппарат с использованием графического и/или алгебраического метода определения локального экстремума для решения типовых экономических задач условной оптимизации ОПК-1.4. Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач принятия экономических решений
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основы экономических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности Уметь: – использовать знание экономической, организационной и управленческой теорий в профессиональной деятельности; – осуществлять постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой наук Владеть: Владеет способностью содержательно интерпретировать формальные выводы теоретических моделей.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Теория рыночного равновесия Теория поведения потребителя Теория производства Теория рыночных структур. Фирма – совершенный конкурент. Поведение фирмы в условиях несовершенной конкуренции. Рынок факторов производства Общее экономическое равновесие.
Разработчики	Алиева И.А. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Оценка деятельности персонала» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование навыков оценки деятельности персонала в организации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-10.1 Понимает базовые основы и место оценки в системе управления персоналом УК-10.2 Формирует критерии оценки для различных категорий персонала УК-10.3 Применяет методы оценки персонала для принятия обоснованных экономических решений в профессиональной деятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теоретические основы и место оценки в системе управления персоналом, методы оценки персонала Уметь: формировать критерии оценки для различных категорий персонала выбирать и использовать средства и методы оценки персонала; обобщать и интерпретировать оценочную информацию Владеть: понятийным аппаратом в области оценки эффективности персонала методами оценки эффективности персонала; методами формирования мотивационного механизма
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Теоретические основы оценки персонала Тема 2. Методы оценки эффективности персонала Тема 3. Основы управления мотивацией персонала Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Модуль педагогический» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: создание условий для формирования базовых педагогических компетенций студентов непедагогических направлений подготовки, формирование понимания значимости профессии педагога для реализации профессиональных и личностных устремлений; обучение основам ведения педагогической деятельности, умениям проектировать современное образовательное пространство с учетом современных образовательных технологий в своей предметной области, основам педагогической рефлексии
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - принципы профессиональной этики; - роль педагогической деятельности в обществе; - социальные, возрастные, психофизические и индивидуальные особенности обучающихся; - современные методы и технологии обучения. Уметь: - выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития; - применять современные методы и технологии обучения в педагогической деятельности; - быстро находить, анализировать и синтезировать необходимую информацию в различных областях знаний; - осуществлять рефлекссию своей педагогической деятельности в реальных условиях современной школы. Владеть: - навыками тайм-менеджмента и построения траектории саморазвития; - способностью анализировать, адаптировать и применять опыт ведущих педагогов-практиков Калининградской области; - навыками рефлексии своей педагогической деятельности
Краткая характеристика учебной дисциплины	Введение в педагогическую профессию. Психолого-педагогическое взаимодействие участников образовательного процесса. Инклюзивное образование в современном мире. Преподавание и воспитательная работа. Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом. Методика предметного обучения с практикумом на базе школ г. Калининграда. Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)

Разработчики

Несына С.В, к.психол.н., доцент Института образования,
Рогатюк Г.Ф., старший преподаватель Института образования

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Поведение потребителей» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание тенденций развития потребительского спроса, особенностей процессов принятия решений потребителем, в зависимости от влияния различных факторов и принадлежности к определенному сегменту, индивидуальных различий потребителей, влияющих на процесс принятия решений, влияния внешней среды на поведение потребителя, методов выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей; методов изучения поведения потребителей ОПК-2.2 Использует инструменты маркетинга для изучения потребительского поведения, анализирует процесс потребительских решений в зависимости от влияния внутренних и внешних факторов ОПК-2.3 Применение методов анализа поведения потребителей, а также методов разработки маркетинговых стратегий и оперативного управления маркетинговыми процессами на потребительском рынке ОПК-3.1 Знание тенденций развития потребительского спроса, методов выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей, методы изучения поведения потребителей ОПК-3.2 Использует инструменты маркетинга для изучения потребительского поведения, ОПК-3.3 Применяет методы анализа поведения потребителей, методы разработки маркетинговых стратегий и оперативного управления маркетинговыми процессами на потребительском рынке
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: тенденции развития потребительского спроса; особенности процессов принятия решений потребителем, в зависимости от влияния различных факторов и принадлежности к определенному сегменту, индивидуальные различия

	<p>потребителей, влияющие на процесс принятия решений, влияние внешней среды на поведение потребителя, методы выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей; методы изучения поведения потребителей.</p> <p>Уметь: использовать инструменты маркетинга для изучения потребительского поведения, анализировать процесс потребительских решений в зависимости от влияния внутренних и внешних факторов, планировать, выполнять и оценивать программу привлечения новых и удержания постоянных покупателей, разрабатывать и применять маркетинговые решения в зависимости от результатов анализа потребительского поведения.</p> <p>Владеть: методами анализа поведения потребителей; методами разработки маркетинговых стратегий и оперативного управления маркетинговыми процессами на потребительском рынке; методикой системного подхода при формировании маркетинговых стратегий; практическими навыками бакалавра, связанными с использованием инструментов маркетинга.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Маркетинг и поведение потребителей Процесс принятия решения о покупке Индивидуальные факторы поведения потребителей Ресурсы потребителей. Знания, убеждения, установки и намерения потребителей Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</p>
Разработчики	Зонин Н.А., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у обучающихся необходимый уровень знаний о правовом регулировании предпринимательства в Российской Федерации на основе действующего законодательства, практики его применения с учетом общетеоретических положений и новейших течений в науке предпринимательского права. Кроме того, дисциплина обеспечивает ориентацию обучающихся на комплексное и последовательное изучение правовых норм, регулирующих предпринимательскую деятельность, связанных с другими отраслями права.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-2.1 Понимает правовые нормы действующего законодательства, регулирующего отношения в различных сферах жизнедеятельности УК-2.2 Применяет правовых знаний в текущей профессиональной деятельности УК-2.3 Осуществляет прогнозирование проблемных ситуаций и правовых рисков знаний в текущей профессиональной деятельности УК-11.1 Понимание действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способов профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней УК-11.2 Соблюдение правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основные экономические понятия и теории предпринимательства; - основные принципы применения экономических знаний в правовом регулировании предпринимательства; - признаки коррупционного поведения и нормы антикоррупционного законодательства Уметь: - аргументировано и ясно выражать мысли в устной и письменной форме используя знания в области экономики при характеристике правового регулирования предпринимательства; - видеть экономическую составляющую в правовом регулировании предпринимательства. - выявить признаки коррупционного поведения Владеть: - навыками логически верно и грамотно выстраивать аргументацию - защищать свою позицию при осуществлении юридической деятельности с использованием экономических знаний. - навыками нетерпимого отношения к коррупционному поведению

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Понятие, предмет и источники предпринимательского права. Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности Правовой режим имущества субъектов предпринимательства Предпринимательские договоры Правовое регулирование несостоятельности (банкротства) субъектов предпринимательства</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Георгиев И.В., ассистент</p>

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Разработка товарной политики» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	приобретение теоретических знаний, формирование практических умений и навыков в области маркетинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание теоретических основ разработки товарной политики ОПК-3.2 Формирует оптимальный товарный ассортимент ОПК-3.3. Осуществляет оценку эффективности товарной и ассортиментной политики компании ОПК-4.1 Знание теоретических основ разработки новых продуктов ОПК-4.2 Разрабатывает концепцию нового товара, способен выполнить ее тестирование ОПК-4.3. Осуществляет разработку и выведение на рынок нового товара
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы формирования товарной и ассортиментной политики компании как основы ее конкурентоспособности • методологические основы процесса разработки нового товара и формирования ассортимента; • методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги). Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать и тестировать концепцию нового товара с применением экономико-математических моделей; • разрабатывать техническое задание на создание упаковки нового товара, тестирование упаковки; • проводить анализ конкурентоспособности товара (услуги);

	<ul style="list-style-type: none"> • выполнять стратегически и тактический анализ ассортимента компании; • оценивать сбалансированность товарного ассортимента; принимать решения в области управления товарным ассортиментом. <p>Владеть: владеть навыками стратегического анализа в области товарной и ассортиментной политики компании.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги). 2. Методологические основы разработки нового товара. 3. Методологические основы управление ассортиментом компании.
Разработчики	Щербина Л.Ю. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Реклама и HR» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование навыков оценки деятельности персонала в организации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ОПК-5.1 Знание сущности, функций и видов рекламы; целей и задач рекламы и HR; специфики запуска и управления программами по коммуникации и HR в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных</p> <p>ОПК-5.2 Формирует контент рекламных носителей для различных целевых аудиторий, проводит исследование различных форм и конкретных инструментов планирования и реализации коммуникативных и HR проектов</p> <p>ОПК-5.3 Применяет методики сегментирования потребителей, инструменты Интернет- рекламы (таргетинг, ретаргетинг), принципы и технологии брендинга</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, функции и виды рекламы; - цели и задачи рекламы и HR; - специфику запуска и управления программами по коммуникации и HR в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свободно разбираться в системе терминов и представлений, связанных с понятиями в области рекламы, различать функции, направления и средства, каналы распространения рекламной информации, - формировать контент рекламных носителей для различных целевых аудиторий, - проводить исследование различных форм и конкретных инструментов планирования и реализации коммуникативных и HR проектов; - определить категории выбора каналов распространения рекламы; - анализировать конкурентную среду на рынке труда; - выбирать целевую аудиторию, анализировать ее предпочтения; - выявлять закономерности развития коммуникационных и HR-процессов; - определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя; - выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками сегментирования потребителей; - инструментами Интернет- рекламы (таргетинг, ретаргетинг); - принципами и технологиями брендинга;

	-практическими навыками в области организации коммуникативных и HR-процессов в деятельности компаний
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности</p> <p>Государственное регулирование рекламной деятельности</p> <p>Каналы распространения рекламы</p> <p>Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.</p> <p>Кадровая реклама.</p> <p>Сущность и планирование привлечения персонала в организацию</p>
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Статистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	овладение обучающимися основными положениями общей теории статистики, навыками проведения статистического исследования, развитие у обучающихся навыков анализа социально-экономических явлений и процессов общественной жизни, а также формирование знаний методологических основ и практическое овладение приемами экономико-статистического анализа
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Усвоение теоретических основ статистического исследования деятельности хозяйствующих субъектов ОПК-2.2 Использует традиционные методики проведения статистического обследования, находит необходимую для проведения статистических расчетов информацию в открытых источниках ОПК-2.3 Применяет методики статистического анализа массовой информации для решения экономических задач, самостоятельное статистическое обследование для решения поставленных задач УК-10.1 Усвоение традиционных методов обработки массовых данных, характеризующих социально-экономические процессы УК-10.2 Использует систему статистических показателей, характеризующих социально-экономические процессы УК-10.3 Применение методологии проведения статистического исследования социально-экономических процессов и осуществление расчетов статистических показателей для обоснования управленческих решений
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать <ul style="list-style-type: none"> • общеметодологические статистические приемы изучения массовых явлений и процессов; • методики статистического анализа различных элементов деятельности хозяйствующего субъекта; • соответствующие типовые методики статистического обследования; • соответствующие теорию, характеризующих деятельность субъекта; • соответствующую систему показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; • роль статистики в современных исследований социально-экономических явлений. Уметь <ul style="list-style-type: none"> • интерпретировать результаты анализа массовых данных о деятельности хозяйствующих субъектов; • проводить расчеты статистических показателей в соответствии с поставленной задачей; • осуществлять сбор и анализ массовых данных, характеризующих экономические процессы и явления;

	<ul style="list-style-type: none"> • применять теорию и методологию статистического исследования на практике для анализа деятельности экономических субъектов. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; • навыками применения инструментов статистического анализа для исследования экономических процессов и явлений
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1: Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.</p> <p>Тема 2: Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели</p> <p>Тема 3: Метод средних величин и вариационный анализ.</p> <p>Тема 4: Анализ рядов динамики.</p> <p>Тема 5: Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.</p> <p>Тема 6: Индексный метод</p> <p>Тема 7: Социально-экономическая статистика</p>
Разработчик	Щепкова И.В., старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг» по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профилю подготовки: «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	приобретение знаний и практических навыков в области разработки маркетинговой стратегии организации и механизмов ее реализации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание теоретических основ принятия управленческих решений в области стратегического маркетинга ОПК-3.2 Разрабатывает и реализует маркетинговую стратегию ОПК-3.3 Принимает решения в области стратегического маркетинга в условиях динамичной среды и оценивать риски этих решений ОПК-4.1 Знание теоретических основ анализа рынка, поиска новых рыночных возможностей и разработки бизнес-планов ОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-план создания и развития новых направлений деятельности и организаций ОПК-4.3 Оценивает новые рыночные возможности создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: основные методы исследования и анализа информации, необходимой для разработки управленческих решений в области социально-ответственного маркетинга, основные принципы формирования маркетинговой стратегии в рамках бизнес-планирования в компании Уметь: проводить стратегический и ситуационный анализ рынка с целью разработки управленческих решений; разработать программу действий по реализации выбранной маркетинговой стратегии. разработать стратегию и тактику поведения компании на целевых рынках при выполнении конкретных проектов и работ Владеть: навыками разработки маркетинговой стратегии и механизмами ее реализации на целевом рынке. Владеть: навыками проведения стратегического и ситуационного анализа рынка при разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности или конкретных проектов
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование. Разработка и выбор маркетинговой стратегии. Стратегические решения по комплексу маркетинга. . Стратегический план и программа действий по реализации маркетинговой стратегии

Разработчики	Кубина Н.Е. к.э.н., доцент
--------------	----------------------------

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Тайм-менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование представления об управлении собой во времени, особенностях использования инструментов Тайм-менеджмента; приобретение теоретических знаний и практических навыков в управлении собой во времени
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-6.1 Имеет представление о содержательных элементах тайм-менеджмента в построении траектории саморазвития</p> <p>УК-6.2 Понимает методологию инвентаризации и качественного анализа временных затрат</p> <p>УК-6.3 Способен планировать действия на основе инвентаризации и качественного анализа, повышающие эффективность деятельности, а так же реализовывать методологический инструментарий для саморазвития и повышения личной (организационной) эффективности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - помехи (воры) времени по Л.Зайверту; - системы управления временем; - историю тайм-менеджмента; - закон времени; - хронометраж как инструмент анализа; - формулу полезной работы Л.Зайверта; - проектную систему постановки целей Г.Архангельского; - ситуационный анализ Л.Зайверта; - признаки календарного планирования; - пропорции планирования времени; - систему планирования времени по Г.Архангельскому; - систему ежедневного планирования «Альпы»; - хронометраж как инструмент тайм-менеджмента; - алгоритм инвентаризации и анализа времени; - основные методы инвентаризации личного и организационного времени (поточная карта, поточная диаграмма, карта совместных операций, сетевой анализ, органайзер); - методы качественного анализа времени; - категории временных затрат; - пропорции планирования времени; - способы повышения личной эффективности в работе и коммуникациях; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять и формулировать помехи (воры) времени; - применять алгоритм инвентаризации и анализа времени; - осуществлять качественный анализ времени; - расставлять приоритеты в планировании времени; - формализовывать типовые коммуникативные ситуации

	<p>(совещания, собеседования, переговоры и т. п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и использовать собственные законы «хорошего» рабочего дня; - учитывать в своей работе индивидуальные биоритмы; - использовать рекомендации работы в Интернете (поглотитель времени и средство тайм-менеджмента?). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа личной эффективности; - основными методами инвентаризации личного и организационного времени; - навыками использования методов качественного анализа времени; - навыками контроля в тайм-менеджменте - навыками делегирования; - персональной системой управления временем; - навыками работы с деловой документацией, письмами, отчетами и т. п., а так же использованию технических средств в организации личной эффективности; - Smart-технологией постановки целей; - инструментами повышения эффективности оперативного плана;
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Природа времени. Время как ресурс и цель. Инвентаризация и анализ времени. Целеполагание, планирование, исполнение. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности</p>
Разработчики	Кашпаров Дмитрий Витальевич к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Теория вероятностей и математическая статистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	изучение студентами математического аппарата и формирование у них навыков, необходимых для усвоения общенаучных и специальных дисциплин, воспитание достаточно высокой математической культуры. Математическая культура включает в себя ясное понимание необходимости математического образования в общей подготовке бакалавра, в том числе выработку представления о роли и месте математики в современной цивилизации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Знание основных методов теории вероятностей и математической статистики при построении и исследовании вероятностных моделей реальных экономических процессов и явлений; основных вероятностных и статистических моделей ОПК-2.2 Применяет методы теоретического и экспериментального исследования для решения экономических задач, способе строить стандартные вероятностные и статистические модели, а также анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты ОПК-2.3 Рассчитывает числовых характеристик случайных величин, обработки и анализа статистического материала, применяет математические модели для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основы теории вероятностей и математической статистики, необходимые для решения экономических задач - основные методы теории вероятностей и математической статистики при построении и исследовании вероятностных моделей реальных экономических процессов и явлений. - основные вероятностные и статистические модели Уметь: - решать классические задачи по теории вероятностей и математической статистике, необходимые для решения экономических задач - применять методы теоретического и экспериментального исследования для решения экономических задач - строить стандартные вероятностные и статистические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты Владеть: - навыками применения современного математического аппарата теории вероятностей и математической статистики для решения экономических задач

	<ul style="list-style-type: none"> - навыками расчёта числовых характеристик случайных величин, обработки и анализа статистического материала - методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Основные понятия и теоремы теории вероятностей</p> <p>Случайные величины</p> <p>Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.</p> <p>Многомерные случайные величины</p> <p>Закон больших чисел и предельные теоремы</p> <p>Статистические методы обработки экспериментальных данных.</p>
Разработчики	

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Управление маркетингом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	приобретение теоретических знаний, формирование практических умений и навыков в области управления маркетингом.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание современных концепций управления маркетингом ОПК-3.2 Применяет современные методы, алгоритмы разработки управленческих решений в области маркетинга ОПК-3.3 Принимает управленческие решения в области маркетинга
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - современные концепции управления маркетингом; - алгоритмы и принципы сегментации рынка - методологические основы управления товарной политикой компании; формирования ассортимента; - методологические основы управления ценовой политикой компании, экономическим обоснованием цены и системы скидок; - методологические основы управления системой сбыта и коммуникаций. Уметь: - разрабатывать и планировать маркетинговые проекты и планы по элементам комплекса маркетинга; - оценивать эффективность маркетинговых проектов и программ внедрения продуктовых инноваций; - выбирать и определять целевой рынок, сегменты рынка и конечных потребителей; Владеть: — методами анализа комплекса маркетинга; - инструментами планирования и организации проектов при реализации целей и задач маркетинговой деятельности предприятия; - методами оценки и контроля результатов маркетинговой

	деятельности
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none">1. Маркетинг как система управления предприятием2. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование.3. Управление ассортиментной и ценовой политикой компании.4. Управление сбытовой и коммуникационной политикой компании.
Разработчики	Щербина Л.Ю. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	формирование представления об основных процессах связанных с организацией, планированием продаж, особенностях взаимодействия с клиентами в процессе продаж; приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с продажами.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Знание содержательных элементов управления продажами ОПК-3.2 Использует основные инструменты управления продажами при управлении современной организации ОПК-3.3 Принимает решения по использованию основных инструментов управления продажами при управлении современной организации ОПК-4.1 Знание основ управления продажами современной организации ОПК-4.2 Применяет методологию использования основных инструментов управления продажами как части бизнес-плана организации ОПК-4.3 Использует основные инструменты управления продажами как части бизнес-плана организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - - сущность продаж и их роль, - типы продаж, - управленческую концепцию продаж, зависимость между продажами и менеджментом. - зоны ответственности продавца, - технологию подготовки к продажам. - теоретические основы организации и управления продажами; - основные задачи и методы организации и управления продажами; - области применения и возможности практики организации и управления продажами. Уметь: - использовать полученные знания для организации и управления продажами; - разрабатывать и организовывать процессы связанные с продажами; - использовать методологию и практические аспекты организации и управления продажами, - - учитывать процедуры продаж на разных этапах продаж, - управлять клиентами в процессе продажи, - сопоставлять потребности клиента с преимуществами товара при коммуникации в продаже, - управлять формированием отношений с клиентами

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментами реализации задач организации и управления продажами; - практическим навыками, связанными с использованием инструментов организации и управления продажами; - навыками распознавания типов клиентов.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Развитие продаж и их роль в менеджменте.. Приемы продаж. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.</p>
Разработчики	Кашпаров Дмитрий Витальевич к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Управленческий учет в маркетинге» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний методологии и методики исследования конкретных финансово-хозяйственных ситуаций, что позволит в практической деятельности выявлять резервы повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятия
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-10.1 Имеет базовые представления о содержании, основных концепциях и общих принципах построения управленческого учета УК-10.2 Использует знания о принципах управленческого учета для систематизации данных о затратах на производство и продажи, оценки себестоимости произведенной продукции и определения прибыли с позиции маркетинга УК-10.3 Применяет базовые методы управленческого анализа для принятия обоснованных экономических решений в профессиональной деятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - содержание, содержание, основные концепции и общие принципы построения управленческого учета; - систему сбора, обработки и подготовки информации для различных подразделений аппарата управления организацией; - состав и содержание управленческой отчетности внутренних подразделений организации; - порядок использования данных управленческого учета для анализа и принятия обоснованных управленческих решений Уметь: - использовать знания о принципах управленческого учета для систематизации данных о затратах на производство и продажи, оценки себестоимости произведенной продукции и определения прибыли; - использовать информационные системы бухгалтерского управленческого учета - проводить управленческий анализ предприятия Владеть: - базовыми методами управленческого анализа практическими навыками составления операционных и финансовых бюджетов для осуществления контроля за эффективностью использования ресурсного потенциала организации и результатами деятельности предприятия
Краткая характеристика учебной дисциплины	Место управленческого учета в системе управления предприятием Информационная база управленческого учета и анализа Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости Бюджетирование в системе управления предприятием
Разработчики	