

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта» (ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»); ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет им. И. Канта»; ФГАОУ ВО «БФУ им. И. Канта»; Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта; Балтийский федеральный университет им. И. Канта; БФУ им. И.Канта)



**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки
«Маркетинг»

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения
очная

Калининград, 2021 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»
 - 1.1. Цель, миссия программы
 - 1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам
 - 1.3. Типы задач профессиональной деятельности, к которому (которым) готовятся выпускники
 - 1.4. Направленность (профиль) образовательной программы
 - 1.5. Объем программы и срок освоения программы
 - 1.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы
 - 1.6.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы - компетенции обучающихся, установленные образовательным стандартом, и компетенции обучающихся, установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом, с учетом направленности (профиля) образовательной программы
 - 1.6.2. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы
 - 1.7. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы
2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
 - 2.1. Ресурсное обеспечение ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
 - 2.2. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников
3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОГРАММЕ
 - 3.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация
 - 3.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП бакалавриата
4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПОДГОТОВКИ
 - 4.1. Календарный учебный график
 - 4.2. Учебный план подготовки бакалавра
5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)
6. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК
7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОГРАММЕ
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»

1.1. Цель, миссия программы

Цель разработки ОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» является методическое обеспечение реализации ФГОС 3++ВО по данному направлению.

Целью программы является - подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих современными знаниями, навыками и умениями в области маркетинга, имеющих конкурентоспособные преимущества на динамично меняющемся рынке труда и конкурентной среде, а также формирование профессиональных компетенций для осуществления маркетинговой деятельности с использованием достижений научной школы университета и с учетом потребностей рыночных субъектов.

1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам

Выпускникам программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» присваивается квалификация «бакалавр».

1.3. Типы задач профессиональной деятельности, к которому (которым) готовятся выпускники

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» с присвоением квалификации «бакалавр»:

- организационно-управленческая;
- предпринимательская.

1.4. Направленность (профиль) образовательной программы

Направленностью подготовки по направлению 38.03.02 «Менеджмент» является профиль «Маркетинг».

Сущностью данной направленности является нацеленность программы обучения на освоение методов и инструментов осуществления маркетинговой деятельности на предприятиях и в организациях различных организационно-правовых форм.

Программа направлена на подготовку профессиональных специалистов, обладающих современными знаниями, навыками и умениями в области управления маркетинговой деятельностью компании на рынке, осуществлении планирования и проведения маркетинговых исследований рынка, а также маркетингового анализа и прогнозирования развития рынков сбыта, способных разрабатывать товарную политику компании, обладающих навыками в области коммерческого ценообразования и управления сбытом

1.5. Объем программы и срок освоения программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (з.е.), соответственно по 60 зачетных единиц в год. В трудоемкость включаются все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время,

отводимое на контроль качества освоения студентом ОПОП. Одна зачетная единица составляет 36 часов.

Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению подготовки в очной формы обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации составляет 4 года.

1.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы

1.6.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы - компетенции обучающихся, установленные образовательным стандартом, и компетенции обучающихся, установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом, с учетом направленности (профиля) образовательной программы

Результаты освоения ОПОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения программы бакалавриата в соответствии с ФГОС 3++ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» у выпускника будут сформированы следующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные:

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

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

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

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

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

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

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

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

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

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Общепрофессиональные:

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

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

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

Профессиональные компетенции для программы «Маркетинг» формируются на основе профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н (Зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, регистрационный N 51397)

ПК-1. Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

1.6.2. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Планируемые результаты представлены в приложении.

1.7. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы

Институт экономики, управления и туризма БФУ им. И. Канта обеспечивает необходимые кадровые условия реализации образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг». Профессорско-преподавательский состав, реализующий программу соответствует требованиям ФГОС3++ ВО.

Профессорско-преподавательский состав, реализующий программу соответствует требованиям ФГОС3++ ВО.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе магистратуры, составляет более 60 процентов.

Доля преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе магистратуры, составляет более 5 процентов.

Доля преподавателей, ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины составляет более 70 процентов.

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

2.1. Ресурсное обеспечение ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Ресурсное обеспечение ОП сформировано на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС 3++ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Материально-техническое обеспечение учебного процесса соответствует действующим санитарно-техническим нормам и позволяет обеспечить проведение всех видов лабораторной, практической, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом по направлению.

Лекционные и практические занятия проводятся в учебных аудиториях, расположенных в корпусе № 28 на ул. Горького, 23. Аудитории для лекционных занятий на 60-90 посадочных мест (№ 111, 311, 408, 409) оснащены мультимедийными проекторами CANON LV-8235 и компьютерами MSI AE222G. Аудитории для лекционных и практических занятий на 20-50 посадочных мест (№ 112, 204, 205, 315, 405, 406, 407, 410, 411, 414, 415) оборудованы компьютерами MSI AE222G и плазменными панелями LCD LG 50LB561V и LCD LG 60LB561V.

В аудиториях для проведения занятий по иностранному языку (№ 401 и 403) для демонстрации видеоматериалов и воспроизведения аудиоматериалов установлены компьютеры MSI AE222G, плазменные панели LCD LG 50LB561V и акустическая система Microlab SOLO 6C.

При проведении практических и лабораторных занятий используются компьютерные классы, расположенные в корпусе № 28 на ул. Горького, 23:

- ауд. № 208, оборудованная компьютерами MSI AE222G (26 шт.) и плазменной панелью LCD LG 60LB561V (1 шт.);
- ауд. № 209, оборудованная компьютерами MSI AE2281G (14 шт.) и плазменной панелью LCD LG 60LB561V (1 шт.);
- ауд. № 210, оборудованная компьютерами MSI AE222G (10 шт.) и плазменной панелью LCD LG 50LB561V (1 шт.)

Для проведения бизнес-тренингов и деловых игр используется аудитория № 313, оснащенная компьютером MSI AE222G, плазменной панелью LCD LG 60LB561V и флипчатом. Для проведения круглых столов, научно-исследовательских семинаров, бизнес-игр используется аудитория № 310, оборудованная компьютером MSI AE222G, плазменной панелью LCD LG 60LB561V, флипчатом, акустической системой Microlab SOLO 6C и ноутбуками Fujitsu LIFEBOOK (16 шт.).

Все компьютеры объединены в общеуниверситетскую локальную сеть, подключены к сети Internet, оснащены офисными программами (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access, MS Project) и другими образовательными технологиями, которые применяются в ведущих образовательных учреждениях. Компьютеры в компьютерных классах оснащены следующими лицензионными прикладными программами: SPSS Statistica, Statistica, 1 С Предприятие, MatLab R 2010 B, Quick Sales.

В институте действует Многофункциональный центр информационного обслуживания читателей (МФЦ) - основное звено библиотечной системы. В МФЦ имеется возможность работать как с традиционными (книжные коллекции, периодика), так и с новейшими научными ресурсами - электронными книгами, полнотекстовыми, реферативными и наукометрическими базами данных в сети Интернет, хранилищами аудио- и видеоконтента. Рабочие места читателей оборудованы стационарными компьютерами с доступом в Интернет.

2.2. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

В БФУ им. И. Канта создана социокультурная среда и благоприятные условия для развития личности и социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся. Развитию личности обучающегося и формированию его как общекультурных, так и профессиональных компетенций способствуют гармоничное интегрирование внеучебной работы в образовательный процесс и комплексный подход к организации внеучебной работы.

Внеучебную деятельность студентов БФУ им. И. Канта обеспечивает работа двух служб: Центр студенческих инициатив, Центр трудоустройства выпускников и содействия занятости студентов, Центр социальной поддержки студентов.

Внеучебная деятельность осуществляется по следующим основным направлениям:

- развитие студенческого самоуправления;

воспитательная работа (включая патриотическое воспитание; проведение культурно-массовых мероприятий; формирование корпоративной культуры, развитие университетских традиций);

развитие творческих способностей (организация деятельности театральных, вокальных, танцевальных и пр. коллективов);

физкультурно-оздоровительная работа (включая профилактику вредных привычек и асоциальных явлений);

социальная работа (стипендиальное обеспечение, социальная поддержка обучающихся (включая материальную помощь студентам), разработка и реализация социально значимых проектов);

содействие занятости студентов и трудоустройство выпускников.

В БФУ им. И. Канта первые четыре направления обеспечивает Центр студенческих инициатив (ЦСИ).

Воспитательная работа

Патриотическое воспитание: Ежегодно проводятся акции памяти, приуроченные к памятным датам Великой Отечественной войны. Университет шефствует над самым большим захоронением советских воинов в Польше (г. Пултусск) и над мемориалом на месте бывшего интернационального лагеря военнопленных Шталаг-1 (г. Багратионовск Калининградской обл.).

Проведение культурно-массовых мероприятий: Ежегодно для всех студентов в университете организуются творческий конкурс «Университетская весна» (по нескольким номинациям), конкурсы «Мисс- и Мистер- университет», международный фестиваль студенческих театров «Равноденствие», молодежный фестиваль коротких экспериментальных спектаклей «Нитка», театральный фестиваль классической драмы «Прикосновение», вокальный и танцевальный конкурсы. Проведение таких мероприятий создает условия для выявления и развития творческих способностей обучающихся. В организацию и проведение культурно-массовых мероприятий вовлечено в среднем около 40% студентов очной формы обучения.

Формирование корпоративной культуры и развитие университетских традиций: Формированию корпоративного духа студентов вуза и укреплению межфакультетских связей способствуют подготовка и проведение следующих университетских мероприятий: День знаний «Отличное начало», День первокурсника, Дни факультетов, День БФУ им. И. Канта. В организацию и проведение корпоративных мероприятий вовлечено в среднем более 65% студентов очной формы обучения.

Студенты имеют возможность пользоваться коллекцией музея БФУ им. И. Канта, бесплатно посещать ботанический сад вуза. Ежегодно для студентов приобретаются билеты в музеи города: «Кафедральный собор», «Музей мирового океана» и в городскую филармонию.

Развитие творческих способностей

Культурная среда БФУ им. И. Канта позволяет студенту приобщаться к художественному творчеству, повышать уровень своего развития практически во всех областях культуры. Этому способствует функционирование следующих творческих коллективов:

Клуб интеллектуальных игр «Что? Где? Когда?»;

Студенческий театр «Третий Этаж»;

КВН-лига «Факультет».

В деятельность творческих коллективов вовлечено более 15% студентов очной формы обучения.

Физкультурно-оздоровительная работа

Функционируют разнообразные спортивные секции, в том числе – футбол, йога, шахматы, чирлидинг, пауэрлифтинг, теннис, ритмическая гимнастика, пэйнтбол, баскетбол, волейбол, плавание. В секциях непосредственно занято около 15 % студентов очной формы обучения.

Ежегодно проводятся межвузовские универсиады, олимпиады и спортивные праздники, а также университетская спартакиада по различным видам спорта между факультетами. В спортивных соревнованиях принимает участие до 20% студентов очной формы обучения.

Развитие студенческого самоуправления

В университете действует ряд общественных объединений, деятельность которых направлена на развитие способностей, лидерских качеств, гражданской позиции, активности обучающихся и в целом – на гармоничное развитие личности:

Студенческий совет (высший орган студенческого самоуправления БФУ им. И. Канта),

спортивный студенческий союз,

штаб стройотрядов,

профсоюзный комитет студентов,

студенческое научное общество,

волонтерское движение студентов БФУ им. И. Канта,

Школа студенческого актива.

Вовлечение обучающихся в деятельность общественных объединений формирует у них социальную зрелость, активную жизненную позицию, готовность к социальному взаимодействию, способность к социальной и профессиональной адаптации и мобильности, готовность к постоянному саморазвитию и повышению своей квалификации и мастерства.

Социальная работа

Центр социальной поддержки студентов осуществляет социальную поддержку обучающихся, а также реализацию социально значимых студенческих проектов. Вторая функция осуществляется и Управлением по связям с общественностью БФУ им. И. Канта.

Стипендиальное обеспечение

Помимо государственной академической и социальной стипендий, студенты БФУ им. И. Канта на конкурсной основе могут претендовать на дополнительные стипендии: стипендии Президента и Правительства РФ, стипендия Ученого совета БФУ им. И. Канта, стипендии торгово-промышленной палаты и Сбербанка, стипендии администрации г. Калининграда, стипендии губернатора Калининградской обл. и др. Дополнительные стипендии не отменяют назначение государственной академической стипендии.

В состав стипендиальной комиссии по отбору кандидатов на получение разных видов стипендий входят представители студенческого самоуправления.

Социальная поддержка обучающихся

По заявлению студентам может выплачиваться материальная помощь и компенсация за проезд к месту проживания и обратно (при наличии средств в стипендиальном фонде). Размер выплат зависит от конкретных обстоятельств.

Разработка и реализация социально значимых проектов

Среди традиционных ежегодно реализуемых проектов:

акция «Больница для плюшевых друзей» (пропаганда здорового образа жизни и формирование у дошкольников позитивного отношения к докторам и врачебным процедурам);

акция «Ночь в библиотеке» (привлечение внимания к чтению и университетским библиотечным ресурсам);

шефство над детским домом «Надежда»

шефство над госпиталем ветеранов Великой Отечественной войны;

совместный проект с обществом детей-инвалидов по реализации их творческих способностей (постановка спектаклей, концертных программ и пр.).

В подготовке и реализации социально значимых проектов участвует до 35% студентов очной формы обучения.

Содействие занятости студентов и трудоустройство выпускников

Работу по организации профессиональной занятости студентов и трудоустройству выпускников выполняет Центр содействия трудоустройству.

На сайте университета функционирует электронная биржа труда, на которой представлены вакансии, существующие не только в университете, но и в других организациях, учреждениях и т.п. региона, причем как с полной, так и с неполной занятостью.

Не реже одного раза в полугодие проводится ярмарка вакансий с приглашением основных работодателей, праздники профессий (день рекламы, день туризма и пр.), профессиональные фестивали и конкурсы, организуемые совместно с работодателями (конкурс бизнес-проектов, конкурс «Законодательная инициатива», экономический фестиваль, «Формула успеха» и пр.).

Центром ведется пофамильный учет выпускников текущего года и оказывается помощь в трудоустройстве, включая стажировки в университете.

Кроме того, реализации творческого потенциала обучающихся и формированию корпоративной культуры способствуют созданные при поддержке управления по связям с общественностью студенческие СМИ: газеты «Универсия» и «Съешь меня», имеющие интернет-версии, Студенческое радио «Радио БФУ», в режиме реального времени транслирующее студенческие авторские программы и студенческие новости, также доступное на сайте БФУ им. И. Канта.

В университете выходит поэтический сборник серии «Поэтическая кантиана», в котором студенты всех факультетов имеют возможность представить свое творчество.

Группа «Я выбираю БФУ им. И. Канта» объединяет более 14000 студентов и выпускников вуза, являясь крупнейшей группой в социальной сети vkontakte.ru.

На сайте вуза создана «Приемная ректора» и «Прямая линия» с проректорами и руководителями подразделений вуза, что обеспечивает гласность и про-

зрачность управления образовательным процессом, а также создание «открытого диалога» между администрацией вуза и студенческой молодежью.

Студенты проходят регулярное анкетирование «Преподаватель глазами студента»: как интерактивно на сайте БФУ, так и путем заполнения анкет, разработанных в ИЭМ.

3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОГРАММЕ

В соответствии с ФГОС3++ ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» оценка качества освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ включает:

- текущий контроль успеваемости,
- промежуточную аттестацию обучающихся,
- итоговую государственную аттестацию обучающихся.

3.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация

Текущий контроль освоения основной образовательной программы осуществляется в течение семестра в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам среднего профессионального образования в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования БФУ им. И. Канта (Утверждено решением Ученого совета БФУ им. И. Канта, Протокол № 28 от 07.11.2019 ., ссылка - <https://www.kantiana.ru/>)

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется по каждой дисциплине учебного плана. Для проведения текущего контроля используются различные формы контроля в зависимости от формируемых компетенций г. и специфики изучаемой дисциплины.

Промежуточная аттестация студентов проводится по окончании изучения дисциплины и имеет форму зачета, зачета с оценкой или экзамена. Если дисциплина рассчитана на изучение более чем в одном семестре, промежуточная аттестация проводится в конце каждого семестра изучения курса, форма аттестации указывается в рабочей программе и рабочем учебном плане. Промежуточная аттестация осуществляется по окончании изучения дисциплины. Сроки проведения регламентируются учебным планом.

Студенты, обучающиеся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачётов.

В рамках рабочих программ дисциплин разработаны методические рекомендации, содержащие рекомендации как по самостоятельной работе студентов, так и критерии оценки знаний, умений, владений и компетенций, приобретенных в результате изучения конкретной дисциплины.

3.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП бакалавриата

Итоговая государственная аттестация (ИГА) выпускника бакалавриата является заключительным этапом освоения основной профессиональной образовательной программы.

Итоговая государственная аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта. ИГА проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Итоговая аттестация выпускника БФУ им. И. Канта является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПОДГОТОВКИ

В соответствии с ФГОС 3++ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП регламентируется:

- учебным планом по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»;
- рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей);
- материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитание обучающихся;
- программами учебной и производственной практик;
- годовым календарным учебным графиком,
- также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график

Учебный процесс подготовки бакалавров строится на основании графика учебного процесса и учебного плана, утвержденных в соответствующем порядке Ректором БФУ им. И. Канта.

Теоретическое обучение составляет 156 недель, 12 недель отведено на учебную и производственную практики, на итоговую государственную аттестацию отводится 6 недель. Учебный процесс логически выстроен, что позволяет студентам максимально эффективно осваивать компетенции и приобретать профессиональные навыки.

Мес.	Сентябрь							Октябрь							Ноябрь							Декабрь							Январь							Февраль							Март							Апрель							Май							Июнь							Июль							Август						
Нед.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52																																
0	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=																																			
1																				К	К																																																															
2																				К	К																																																															
3																				К	К																																																															
4																				К	К																																																															
5	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=																															
6	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=																														
7	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=																													

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4			Всего		
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	сем. 5	сем. 6	Всего	сем. 7	сем. 8	Всего			
лп	Теоретическое обучение и практики	17	3/6	23	3/6	41	18	21	39	18	22	40	18	18	36	156
Э	Экзаменационные сессии															
У	Учебная практика						4	4								4
Н	Научно-исслед. работа															
П	Производственная практика									4	4					4
Пд	Преддипломная практика															
ПА	Повторная, вторая повторная промежуточная аттестация															
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы												6	6		6
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена															
К	Каникулы	2	8	10	2	7	9	2	6	8	2	8	10			37
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенье)	3/6 (3 дн)	3/6 (3 дн)	1 (6 дн)												1 (6 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.					
Итого		20	32	52	20	32	52	20	32	52	20	32	52		208	
Студентов		20														
Групп		1														

Рисунок 1. Календарный учебный график

4.2. Учебный план подготовки бакалавра

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов ОП дисциплин, практик, обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоёмкость дисциплин, практик в зачётных единицах, а также их общая и аудиторная трудоёмкость в часах.

Программа бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» предусматривает изучение следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практики»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

В рамках программы, в соответствии со стандартом выделяется обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений. При этом объем обязательной части составляет не менее 30 процентов общего объема программы бакалавриата.

При составлении учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» вуз руководствовался общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными ФГОС3++ ВО по направлению «Менеджмент».

Учебным планом предусмотрены учебная и производственная, преддипломная практики, которые проводятся на 2, 3 и 4 курсах соответственно.

По каждой дисциплине учебного плана предусмотрена форма отчетности (зачет, экзамен, курсовая работа) – промежуточная аттестация. Итогом обуче-

ния по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» является государственная итоговая аттестация, включающая подготовку и защиту выпускной квалификационной работы.

На каникулярное время отводится 2 недели в зимний период и 8 недель в летний период.

5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

Рабочие учебные программы курсов были подготовлены на основе требований (Порядка БФУ - <https://www.kantiana.ru/>). Все дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» обеспечены учебно-методической документацией, рабочими программами. Перечень рабочих программ представлен в таблице.

Дисциплины	ЗЕ
Иностранный язык	12
Физическая культура и спорт	2
Безопасность жизнедеятельности	3
Теория вероятностей и математическая статистика	6
Математика	8
Философия	4
История (история России, всеобщая история)	3
Менеджмент	6
Методы и модели прогнозирования	5
Статистика	5
Микроэкономика	6
Макроэкономика	6
Маркетинговые исследования	3
Ценообразование в маркетинге	7
Маркетинг	6
Финансовый менеджмент	7
Маркетинговый анализ	4
Экономическая теория	6
Предпринимательское право	6
Бухгалтерский учет	3
Стратегический маркетинг	6
Менеджмент качества	5
Кросскультурный менеджмент	3
Управление брендами	4
Разработка товарной политики	5
Поведение потребителей	5
Управление продажами	7
Цифровая организация бизнеса	5
Коммерческая деятельность	7
Маркетинговые коммуникации	4
Методы разработки и принятия управленческих решений	3
Элективные курсы по физической культуре и спорту	
Тайм-менеджмент	3
Управление маркетингом	5
Международный маркетинг	3
Маркетинговое консультирование	3

Маркетинг в социальных медиа	6
Бизнес-планирование	7
Реклама и HR	6
Интернет- маркетинг	8
Модуль личностно-ориентированного совершенствования	5
Модуль педагогический	5
Модуль предпринимательский	5
Модуль информационно-технологический	5
Модуль коммуникационный	5

6. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

В соответствии с ФГОСЗ++ ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» второй блок основной образовательной программы бакалавриата «Практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Студенты проходят практику в течение четырех недель по окончании 2 курса, четырех недель после окончания 3 курса и на 4 курсе (8-й семестр) в течение семестра. Заключительная практика предусматривает сбор необходимого материала для подготовки бакалаврской выпускной квалификационной работы.

В связи с переходом на практико-ориентированное обучение подбору предприятий для прохождения практик уделяется особое внимание. Институт экономики, управления и туризма БФУ им. И. Канта перешел на новую систему договоров о прохождении производственной практики не только с крупными предприятиями и организациями Калининграда и Калининградской области, но и с основными ассоциациями местных предпринимателей:

- *Союз промышленников и предпринимателей Калининградской области*
- *Калининградская торгово-промышленная палата*
- *Балтийский деловой клуб*
- *Ассоциация калининградских мебельщиков*
- *ООО «Калининградгазавтоматика»*
- *АО «ЭКОПЭТ»*
- *АО «Янтарьэнерго»*
- *И другие.*

Программа практики содержит цели и задачи, описание практических навыков, которые приобретает студент в результате прохождения практики. В программе также отражены универсальные (общекультурные) и профессиональные компетенции, которые формируются в процессе прохождения практики. Указываются местоположение и время прохождения практики, а также

формы отчётности по практикам и методические рекомендации по оформлению итоговых работ.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОГРАММЕ

Для оценки знаний, умений и владений студентов по дисциплинам учебного плана созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачётов и экзаменов; тесты; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить уровень знаний, владений и умений.

Преподавателями института были разработаны тестовые материалы по всем дисциплинам. Тестирования проводятся в рамках текущих и промежуточных аттестаций. Студенты могут проходить тестирование как в аудитории в присутствии преподавателя, так и дома (онлайн-тестирование) (<https://lms.kantiana.ru/>). Доступ к порталу тестирования осуществляется по личному логину и паролю. Студенты получают информацию по результатам тестирования, преподавателю доступны итоговые ведомости, статистика, подробные отчеты по каждому студенту.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Для наиболее эффективного освоения студентами учебного материала по основной образовательной программе были разработаны следующие методические материалы:

- Рабочие программы учебных дисциплин
- Программы практик
- Программа ГИА
- Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов
- Методические рекомендации по выполнению курсовых работ
- Методические указания по учебной практике
- Методические указания по производственной практике
- Методические указания по производственной (преддипломной) практике
- Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы.

Все материалы размещены на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И.Канта, доступ к которому осуществляется по личному логину и паролю.

АННОТАЦИИ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

Учебная дисциплина «Иностранный язык (английский)»	
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 на уровне B2 общеевропейской шкалы компетенций
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4 - способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личностной и профессиональной коммуникации на уровне B2; - наиболее употребительную лексику общего языка на уровне B2 и базовую терминологию в своей профессиональной области. - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать иностранный язык в межличностном общении и в профессиональной деятельности; - понимать и использовать языковые материалы в устном и письменном виде речевой деятельности на иностранном языке - 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. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 блоки и темы)	<p>Темы: personality, feelings social issues, storytelling, changes, progress, advertising, age, media, behaviour, crime, art;</p> <p>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;</p> <p>Лексика: word formation, verbs and nouns with the same form, sayings, multi-word verbs, compound nouns, collocations, reporting verbs, dependent prepositions, two-parts phrases;</p>

	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.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	12
Форма итогового контроля знаний	Экзамен.
Аннотация учебной дисциплины «Иностранный язык (немецкий)»	
<i>Цель изучения дисциплины</i>	<p>Использование немецкого языка как средства общения, то есть обучение основным практическим навыкам устной разговорной речи и языку специальности.</p> <p>Развитие иноязычной коммуникативной компетенции в совокупности ее составляющих – речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной, учебно-познавательной.</p> <p>Развитие и воспитание у студентов понимания важности изучения иностранного языка в современном мире и потребности пользоваться им как средством общения, познания, самореализации и социальной адаптации; развитие стремления к взаимопониманию между людьми разных сообществ, толерантного отношения к проявлениям иной культуры.</p>
<i>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</i>	Способен осуществить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) (УК-4).
<i>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</i>	<p>Знание основных значений изученных лексических единиц (слов, словосочетаний).</p> <p>Знание основных способов словообразования (аффиксация, словосложение).</p> <p>Знание особенностей структуры простых и сложных предложений изучаемого иностранного языка; интонации различных коммуникативных типов предложений.</p> <p>Знание признаков изученных грамматических явлений (видо-временных форм глаголов, модальных глаголов и их эквивалентов, артиклей, существительных, степеней сравнения прилагательных и наречий, местоимений, числительных, предлогов).</p> <p>Знание основных норм речевого этикета (реплики-клише, наиболее распространенная оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка.</p> <p>Умение начинать, вести/поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости переспрашивая, уточняя.</p> <p>Умение расспрашивать собеседника и отвечать на его вопросы, высказывая свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника согласием/отказом, опираясь на изученную тематику и усвоенный лексико-грамматический материал.</p> <p>Умение рассказывать о себе, своей семье, друзьях, своих интересах и планах на будущее, сообщать сведения о своем городе/селе, о своей стране и стране изучаемого языка.</p> <p>Умение делать сообщения, описывать события/явления (в рамках пройденных тем), передавать основное содержание, основную мысль прочитанного или услышанного, выражать свое отношение к прочитанному/услышанному, давать характеристику персонажей.</p> <p>Умение использовать синонимичные средства в процессе уст-</p>

	<p>ного общения.</p> <p>Умение понимать основное содержание аутентичных прагматических текстов и выделять для себя значимую информацию.</p> <p>Умение понимать основное содержание аутентичных текстов, относящихся к разным коммуникативным типам речи (сообщение/рассказ), уметь определить тему текста, выделить главные факты в тексте, опуская второстепенные.</p> <p>Умение ориентироваться в иноязычном тексте: прогнозировать его содержание по заголовку.</p> <p>Умение читать аутентичные тексты разных жанров преимущественно с пониманием основного содержания (определять тему, выделять основную мысль, выделять главные факты, опуская второстепенные, устанавливать логическую последовательность основных фактов текста).</p> <p>Умение читать аутентичные тексты разных жанров с полным и точным пониманием, используя различные приемы смысловой переработки текста (языковую догадку, анализ, выборочный перевод), оценивать полученную информацию, выражать свое мнение.</p> <p>Умение читать текст с выборочным пониманием нужной или интересующей информации</p> <p>Умение заполнять анкеты и формуляры</p> <p>Умение писать поздравления, личные письма с опорой на образец: расспрашивать адресата о его жизни и делах, сообщать то же о себе, выражать благодарность, просьбу, употребляя формулы речевого делового этикета, принятые в странах изучаемого языка.</p>
<i>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</i>	<p>Используется блочно-модульная организация учебного материала (все модули имеют одинаковую структуру и содержат пять основных блоков: грамматический, работа с текстом, лексический, задания для самостоятельной работы, задания для контроля).</p> <p>На занятиях применяются - метод «круглого стола», работа в малых группах, игры (ролевые, деловые), инсценирование различной деятельности, групповое обсуждение, просмотр и обсуждение видеофильмов, проектная работа.</p>
<i>Трудоёмкость (з.е. / часы)</i>	12 зачетных единиц, 432 часа.
<i>Форма итогового контроля знаний</i>	Экзамен.
Учебная дисциплина «Физическая культура и спорт»	
<i>Цель изучения дисциплины</i>	Создание у студентов устойчивой мотивации и потребности в выборе здорового образа жизни, в физическом самосовершенствовании, приобретении личного опыта творческого использования средств и методов физической культуры, в достижении достаточного уровня психофизической подготовленности.
<i>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</i>	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - Влияние физической культуры на укрепления здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек. - Основные средства и методы физического воспитания; - Основы здорового образа жизни; - Методы оценки физического развития, физической подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте
	Уметь: - Использовать средства и методы физической культуры в регулировании своего психофизического состояния;- выполнять комплексы упражнений оздоровительной и профессионально прикладной направленности
	Владеть: - Навыком самостоятельно применять средства и методы физического воспитания в укреплении здоровья, методами контроля состояния организма при нагрузках; - Навыками ведения здорового образа жизни, участия в физкультурно-оздоровительной деятельности
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.
	Тема 2. Универсиады. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс.
	Тема 3. Социально-биологические основы физической культуры.
	Тема 4. Основы здорового образа жизни студента.
	Тема 5. Лечебная Физическая культура и спорт как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях.
	Тема 6. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.
	Тема 7. Физическая подготовка в системе физического воспитания
	Тема 8. Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений.
	Тема 9. Современные оздоровительные системы физических упражнений
	Тема 10. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.
	Тема 11. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности специалиста.
	Тема 12. Основы судейства соревнований базовых видов спорта
Трудоёмкость (з.е. / часы)	2 з.е. / 72 часа
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности»	
Цель изучения дисциплины	Формирование представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к

	безопасности и защищенности человека, формирование навыков безопасного поведения в повседневной жизни и в экстремальных условиях.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	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 УК-9 - Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения; •анатомио-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов; •правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности».
	Уметь: - проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; - эффективно применять 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.
	Владеть: - методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - методами прогнозирования чрезвычайных ситуаций и предотвращения их негативных последствий; - методами повышения стрессоустойчивости. Способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Введение. Основные понятия, термины и определения
	Тема 2. Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности. Классификация. Источники загрязнения среды обитания
	Тема 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные производ. факторы
	Тема 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом
	Тема 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС
	Тема 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС
	Тема 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП

	Тема 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи
	Тема 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.
	Тема 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. /108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «Теория вероятностей и математическая статистика»	
Цель изучения дисциплины	Научиться выбирать инструментальные средства для обработки вероятностных экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные методы теории вероятностей и математической статистики при построении и исследовании вероятностных моделей реальных экономических процессов и явлений; - основные вероятностные и статистические модели
	Уметь: - применять методы теоретического и экспериментального исследования для решения экономических задач; - строить стандартные вероятностные и статистические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
	Владеть: -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 (основные блоки и темы)	Тема 1. Основные понятия и теоремы теории вероятностей
	Тема 2. Случайные величины
	Тема 3. Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.
	Тема 4. Многомерные случайные величины
	Тема 5. Закон больших чисел и предельные теоремы
	Тема 6. Статистические методы обработки экспериментальных данных.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6 з.е. / 216 часов
Форма итогового контроля знаний	Экзамен
Учебная дисциплина «Математика»	
Цель изучения дисциплины	Изучение студентами математического аппарата и формиро-

	вание у них навыков, необходимых для усвоения общенаучных и специальных дисциплин, воспитание достаточно высокой математической культуры.
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - фундаментальные математические объекты, используемые при формулировании базовых экономических понятий
	Уметь: - использовать основные математические алгоритмы и методы к решению задач экономико-финансового характера
	Владеть: - навыками ретрансляции фундаментальных экономических закономерностей, выраженных в виде абстрактных математических структур на различные области знания с целью установления изоморфных соотношений
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Линейная алгебра
	Тема 2. Векторная алгебра
	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
Трудоёмкость (з.е. / часы)	81 з.е. / 288 часов
Форма итогового контроля знаний	Экзамен
Учебная дисциплина «Философия»	
Цель изучения дисциплины	Дать целостное представление о философии как самостоятельной области духовной культуры и теоретических исследований.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - Знать об основных проблемах современного общества, его сложности и разнообразии
	Уметь : - Толерантно относиться к социальным различиям
	Владеть: - Владеть навыками уважительного и вежливого участия в дискуссиях
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Предмет и метод философии. Специфика философского знания. Роль философии в жизни человека и общества
	Тема 2. От мифа к логосу: генезис и становление философии
	Тема 3. Основные этапы истории западной философии. Духовные основы и особенности русской философии
	Тема 4. Проблема сознания в философии.
	Тема 5 Возможности и границы познания. Научное познание

	и знание.
	Тема 6. Основы онтологии
	Тема 7. Научная, философская и религиозная картины мира
	Тема 8. Природа и сущность человека. Мотивы, нормы и ценности человеческой деятельности
	Тема 9. Природа и сущность социальности.
	Тема 10. Общество и личность. Проблема свободы и ответственности
	Тема 11. Основы философии истории
	Тема 12. Проблемы и перспективы современной цивилизации
Трудоёмкость (з.е. / часы)	4 з.е. / 144 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «История (история России, всеобщая история)»	
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов комплексного представления о специфике, методологии и возможностях научного познания прошлого, об основных этапах всемирно-исторического процесса и их особенностях, о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации; развитие исторического мышления студентов на основе целостного видения мирового исторического процесса.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: конкретно-исторические факты и основные тенденции исторического развития с древнейших времен по настоящее время
	Уметь: выделять этапы и закономерности в истории и определять характерные черты, присущие тому или иному этапу истории, ориентироваться в мировом историческом процессе
	Владеть: навыками классифицировать и систематизировать факты, явления, объекты истории, соотносить их во времени и пространстве, определять уровень того или иного события или явления (глобальный или локальный), выявлять связь между различными историческими фактами и процессами для формирования гражданской позиции
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Древняя история
	Тема 2. Средние века
	Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.
	Тема 4. История Нового времени
	Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.
	Тема 6. Российская империя в XVIII в.
	Тема 7. Россия и мир в XIX в.
	Тема 8. Россия и мир в Новейшее время
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. / 108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Учебная дисциплина «**Менеджмент**»

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>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</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности внутриорганизационной групповой динамики, механизмов командообразования, способы коммуникаций, механизмы управления конфликтами, стили руководства - функции менеджмента, в т.ч. принципы целеполагания, особенности организационного планирования; методы стратегического анализа; основы организационного проектирования; механизмы внутриорганизационного контроля; систему мотивации внутри организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять критический анализ коммуникационных процессов в организации и разрабатывать предложения, направленные на повышение их эффективности - эффективно применять инструменты и методы командного взаимодействия с точки зрения решения различных управленческих задач, стоящих перед организацией - определять цели и задачи управления организацией; - исследовать внутреннюю и внешнюю организационную среду и оценивать влияние ее факторов на управленческие ситуации и процессы внутри организации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками деловых коммуникаций - современными методами, механизмами, технологиями эффективного командообразования в организации, а также групповой динамики - современным инструментарием исследования деятельности организации, в т.ч. ее внешней среды; - инструментами и методами реализации основополагающих функций менеджмента; - различными методами управления организациями различного

	типа
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА</p> <p>Тема 1. Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.</p> <p>Тема 2. Основные этапы становления и методология современного менеджмента.</p> <p>Тема 3. Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.</p> <p>Тема 4. Коммуникационный процесс в организации.</p> <p>Тема 5. Принятие решений в процессе управления организацией.</p> <p>РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА</p> <p>Тема 6. Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.</p> <p>Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента.</p> <p>Тема 8. Мотивация деятельности в менеджменте.</p> <p>Тема 9. Регулирование и контроль в системе менеджмента.</p> <p>РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА</p> <p>Тема 10. Управление человеком и управление группой.</p> <p>Тема 11. Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие.</p> <p>Тема 12. Управление конфликтами в организации.</p> <p>Тема 13. Управление организационными изменениями.</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6/216
Форма итогового контроля знаний	Курсовая работа, экзамен
Учебная дисциплина « Методы и модели прогнозирования »	
Цель изучения дисциплины	освоение бакалаврами теоретических основ прогнозирования и применение полученных навыков в практической маркетинговой деятельности специалиста по маркетингу для подготовки принятия эффективных управленческих и решений.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: Технологию прогнозирования, базовые методы и модели прогнозирования. Базовые задачи прогнозирования для менеджмента</p> <p>Уметь: Строить достоверные прогнозы, разрабатывать модели для базовых задач прогнозирования и прогнозировать по ним</p> <p>Владеть: Техниками прогнозирования. Техниками работы в универсальных и специализированных программных средах</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов</p> <p>Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов</p> <p>Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов</p>

	<p>анализа динамики (временных рядов)</p> <p>Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей</p> <p>Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 ЗЕ, 180 часов всего
Форма итогового контроля знаний	Дифференцированный зачет
Учебная дисциплина «Статистика»	
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	<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>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <p>систему показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов</p> <p>способы сбора и обработки массовых данных, необходимых для анализа деятельности хозяйствующих субъектов</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять сбор и анализ массовых данных, характеризующих деятельности хозяйствующих субъектов;</p> <p>интерпретировать результаты анализа массовых данных о деятельности хозяйствующих субъектов</p> <p>Владеть:</p> <p>инструментами анализа статистических процессов в экономике</p> <p>инструментами анализа динамических процессов в экономике</p> <p>инструментами моделирования взаимосвязей между экономическими явлениями и процессами</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Раздел 1 Теория статистики</p> <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 Выборочное наблюдение</p> <p>Раздел 2. Макроэкономическая статистика</p> <p>Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система</p>

	национальных счетов. Тема 9. Статистика финансов.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5/180
Форма итогового контроля знаний	экзамен
Учебная дисциплина «Микроэкономика»	
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	В результате освоения дисциплины студент должен знать: - теоретические основы микроэкономики; - основные микроэкономические модели уметь: - использовать микроэкономические модели к тем или иным конкретным ситуациям владеть: -набором методов экономического анализа
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ведение в микроэкономику Предмет микроэкономического исследования. Методы микроэкономического анализа. Основы общественного производства. Экономическая система. Основы теории спроса и предложения. 2. Теория поведения потребителя Поведение потребителя. Исследование равновесных состояний. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска. 3. Основы теории производства и фирмы Фирма как экономический агент. Общая характеристика производственной деятельности фирмы. Производство в краткосрочном и долгосрочном периоде. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периоде. Поведение фирмы в условиях различных рыночных структур 4. Общее равновесие и эффективность Общее равновесие. Эффективность и общественное благосостояние. Несостоятельность рынка. Внешние эффекты экономической деятельности. Общественные блага 5. Рынки факторов производства Особенности функционирования рынков факторов производства. Рынок труда. Рынок капиталов
Трудоёмкость (ЗЕ/часы)	6/216
Форма итогового контроля знания	экзамен
Учебная дисциплина «Макроэкономика»	

Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Макроэкономика» является 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 знания (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: -навыками принятия решений в условиях воздействия макроэкономических факторов -методами и инструментами исследования макроэкономических процессов
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс Тема 4. Рынок труда и социальная политика Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6/216
Форма итогового контроля знаний	экзамен
Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования»	
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» является формирование знаний, умений и навыков разработки, планирования и проведения маркетингового исследования.
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - теоретические основы планирования и проведения маркетингового исследования;

	<ul style="list-style-type: none"> - методы диагностики управленческих проблем, формулировки задач маркетингового исследования; - методы сбора информации; - методы подготовки информации к анализу; - методы анализа маркетинговой информации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать техническое задание на проведение маркетингового исследования; - осуществлять подготовку и реализацию проекта маркетингового исследования на практике; - уметь осуществлять сбор, обработку и анализ информации для решения задачи 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 сбора, подготовки и анализа информации.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<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.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3/108
Форма итогового контроля знаний	экзамен
Учебная дисциплина «Ценообразование в маркетинге»	
Цель изучения дисциплины	формирование понимания об основных процессах связанных с ценообразованием в современной организации, а так же приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с процессом управления продажами.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методологию и методы ценообразования; - Принципы ценообразования; - Тактические приемы ценообразования; - Показатели анализа результатов тестирования цены и методы тестирования цены; - 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;

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Смета затрат;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p>Уметь:</p> <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; - 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 составления сметы затрат; - навыками сбора информации о ценах разными методами;
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.</p> <p>Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.</p> <p>Тема 3. Исследование цен в маркетинге</p> <p>Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	7 з.е. \ 252
Форма итогового контроля знаний	Зачет без оценки
Учебная дисциплина «Маркетинг»	
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является 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>
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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — планировать мероприятия в области маркетинга; правильно

	<p>ставить цели и задачи маркетинговой деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> — навыками и методами анализа основных элементов комплекса маркетинга. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — 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"> — проводить анализ внешней маркетинговой среды, формировать PEST-матрицу, SWOT-матрицу. — применять принципы сегментирования и позиционирования компании на рынке; — формировать маркетинговые инструменты реализации стратегии компании, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> — навыками проведения анализа внешней маркетинговой среды; - навыками анализа основных инструментов маркетинговой деятельности.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства</p> <p>Тема 2. Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя среды</p> <p>Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке</p> <p>Тема 4. Комплекс маркетинга</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6/216
Форма итогового контроля знаний	экзамен
Учебная дисциплина «Финансовый менеджмент»	
Цель изучения дисциплины	изучение экономических закономерностей и взаимосвязей, возникающих в финансовой сфере функционирования предприятий и организаций.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</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>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -теоретические основы решения задач финансового менеджмента; -основные источники информации для принятия экономико-финансовых решений; <p>Уметь:</p>

	<p>- использовать теоретические знания для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Владеть:</p> <p>-набором методик для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Основы финансового менеджмента</p> <p>Тема 2. Стоимость активов</p> <p>Тема 3. Риск и доходность</p> <p>Тема 4. Инвестиционные решения</p> <p>Тема 5. Финансовое управление текущими операциями</p> <p>Тема 6. Управление финансированием</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	7/252
Форма итогового контроля знаний	Экзамен
Учебная дисциплина «Маркетинговый анализ»	
Цель изучения дисциплины	освоение бакалаврами теоретических основ маркетингового анализа и применение полученных навыков в практической маркетинговой деятельности
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<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> <p>ПК-1 Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <p>Методологию комплексного маркетингового анализа. Базовые современные методы и модели маркетингового анализа, основные методические подходы, особенности их построения (в том числе с использованием современных информационных технологий)</p> <p>Уметь:</p> <p>Сформировать программу комплексного маркетингового анализа. Разрабатывать на основе маркетинговой аналитики практически значимые управленческие решения</p> <p>Владеть:</p> <p>Методиками маркетингового анализа и навыками их практического использования. Навыками подбора методов и инструментов проведения и представления результатов комплексного маркетингового анализа</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа</p> <p>Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.</p> <p>Тема 3. Анализ внешней среды фирмы</p> <p>Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.</p>

Трудоёмкость (з.е. / часы)	4 ЗЕ, 144 часов всего
Форма итогового контроля знаний	дифференцированный зачет, курсовая работа
Учебная дисциплина «Экономическая теория»	
Цель изучения дисциплины	являются 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
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	В результате освоения дисциплины студент должен Знать: -Основные понятия, категории и инструменты экономической теории; -Закономерности функционирования экономики на макро - и микроуровне; -Основные особенности российской экономики, ее экономическую структуру. Уметь: -Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций. -Строить теоретические модели начального уровня; -Использовать вторичные источники экономической информации; -Собирать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях; -Осуществлять поиск экономической информации по полученному заданию. Владеть: -Приемами анализа социально-экономических показателей; -Методологией экономического исследования; -Современными методами анализа экономических и социальных данных; -Программным обеспечением для визуализации и анализа графиков простых функций.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Раздел 1. Основы экономической теории Раздел 2. Основы микроэкономики Раздел 3. Основы макроэкономики Раздел 4. Основы международной экономики
Трудоёмкость (ЗЕ/часы)	6 ЗЕ/216 часов
Форма итогового контроля знания	экзамен
Учебная дисциплина «Предпринимательское право»	
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Предпринимательское право» является изучение правовых основ предпринимательской деятельности в условиях современного развития рыночной эконо-

	мики России, теории и практики применения норм права предпринимательского права в соотношении с материалами практики разрешения экономических споров
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <input type="checkbox"/> понятие и сущность предпринимательства <input type="checkbox"/> особенности основных виды предпринимательства <input type="checkbox"/> организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности; <input type="checkbox"/> нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности Уметь: <input type="checkbox"/> самостоятельно анализировать произошедшие изменения в законодательстве о предпринимательской деятельности, применять его опыт при осуществлении профессиональной деятельности; <input type="checkbox"/> работать с источниками предпринимательского права; <input type="checkbox"/> грамотно составлять юридические документы по проблемам применения или реализации законодательства о предпринимательской деятельности Владеть: <input type="checkbox"/> навыками применения норм предпринимательского законодательства
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права Тема 2. Основные виды предпринимательства Тема 3. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности Тема 4. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6/216
Форма итогового контроля знаний	зачет
Учебная дисциплина «Бухгалтерский учет»	
Цель изучения дисциплины	является 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-2Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-5Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>В результате освоения дисциплины студент должен</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию бухгалтерского учета на предприятии; - основы составления финансовой отчетности - теоретические основы бухгалтерского учета; - нормативное регулирование бухгалтерского учета; - содержание и порядок учета активов, капитала и обязательств <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать первичные учетные документы; - формировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность организации - правильно идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать на бухгалтерских счетах отдельные хозяйственные операции; - отражать хозяйственные операции в учетных регистрах <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельного применения теоретических основ и принципов составления бухгалтерской (финансовой) отчетности - навыками самостоятельного применения теоретических основ и принципов бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1 Теоретические основы бухгалтерского учета 2 Учет внеоборотных активов предприятия 3 Учет оборотных активов предприятия 4 Учет капитала предприятия 5 Учет финансовых результатов предприятия 6 Учет обязательств предприятия 7 Состав и содержание финансовой отчетности
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	3 ЗЕ/108 ч
Форма итогового контроля знания	экзамен
Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг»	
Цель изучения дисциплины	является приобретение знаний и практических навыков в области разработки маркетинговой стратегии организации и механизмов ее реализации в условиях сложной и динамичной рыночной среды
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>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</p> <p>ОПК -4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные методы стратегического анализа рынка и формирования маркетинговой стратегии в условиях сложной и динамичной среды • методы исследования и анализа информации, необходимой для разработки и реализации управленческих решений

	<ul style="list-style-type: none"> • методологию проведения стратегического и конкурентного анализа рынка в условиях сложной и динамичной среды • механизмы реализации маркетинговой стратегии, обеспечивающей повышение конкурентоспособности в условиях сложной и динамичной среды <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить стратегический и ситуационный анализ рынка с целью оценки его привлекательности для компании • обосновать выбор маркетинговой стратегии на целевом рынке и формулировать маркетинговые цели организации в условиях сложной и динамичной среды • выявлять ключевые факторы успеха в отрасли бизнеса и конкурентные преимущества организации в условиях сложной и динамичной рыночной среды • выделять целевые сегменты рынка и разработать для них конкурентные стратегии, оценивать их последствия <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками проведения стратегического и конкурентного анализа рынка в условиях сложной и динамичной среды • методами диагностики рынка и оценки конкурентной позиции организации на нем • навыками разработки маркетинговой стратегии и ее реализации на целевом рынке, а также навыками оценивания ее последствий
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией</p> <p>Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование</p> <p>Тема 3. Анализ конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое преимущество..</p> <p>Тема 4. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии</p> <p>Тема 5. Стратегические решения по реализации маркетинговой стратегии: выбор и обоснование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики</p> <p>Тема 6. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности</p>
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	6 ЗЕ/216 ч
Форма итогового контроля знания	Зачет
Учебная дисциплина «Менеджмент качества»	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов комплекс знаний основ теории качества, методических приемов управления качеством и выработать практические навыки управления качеством с использованием принципов международных стандартов ИСО серии 9000
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе	В результате освоения дисциплины студент должен Знать:

<p>изучения дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. сущность и роль качества в функционировании предприятий и организаций 2. основные методы и функции управления качеством 3. систему менеджмента качества на базе стандарта ИСО серии 9000 4. взаимосвязь понятий конкурентоспособность и качество продукции 5. систему всеобщего управления качеством 6. законодательные и иные нормативные акты, регламентирующие деятельность предприятий в области управления качеством 7. отечественный и зарубежный опыт управления качеством <p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. применять на практике статистические методы контроля качества 2. разрабатывать перспективные и текущие планы управления качеством продукции и услуг предприятия и его подразделений 3. разрабатывать и совершенствовать системы управления качеством на предприятии <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. методами инструментального анализа, необходимыми для принятия решений в области управления качеством 2. методами управления качеством 3. методикой системного подхода по управлению качеством в организации
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Основные понятия и категории управления качеством. Эволюция теории управления качеством.</p> <p>Тема 2. Качество и конкурентоспособность продукции. Теоретические подходы к качеству и конкурентоспособности. Составляющие элементы конкурентоспособности продукции. Качество как стратегический потенциал успеха предприятия в современной экономике.</p> <p>Тема 3. Функции и принципы управления качеством. Политика и планирование качества, обучение и мотивация персонала, организация работ по качеству, контроль качества, информация о качестве, разработка мероприятий, принятие решений, внедрение мероприятий в производственный процесс, взаимодействие с внешней средой по вопросам качества. Механизм управления качеством.</p> <p>Тема 4. Контроль качества в системах управления качеством продукции. Классификация и содержание видов, методов и средств контроля. Статистические методы контроля за качеством продукции. Квалиметрия. Метрология.</p> <p>Тема 5. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности. Стандартизация, понятие, принципы, роль и значение. Правовые основы стандартизации.</p> <p>Тема 6. Международный опыт управления качеством. Зарубежный опыт внедрения и функционирования кружков качества. Международный опыт сертификации продукции.</p>

	Премии в области качества.
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	5 ЗЕ
Форма итогового контроля знания	Зачет
Учебная дисциплина «Кросскультурный менеджмент»	
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 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы социального взаимодействия и работы в команде
	Уметь: выполнять свою роль в команде и социально взаимодействовать
	Владеть: навыками социального взаимодействия и ролевого участия в командной работе
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель. Тема 2. Инвентаризация и анализ времени. Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение. Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. / 108 ч
Форма итогового контроля знаний	зачет
Учебная дисциплина «Управление брендами»	
Цель изучения дисциплины	является обучение студентов основам создания и эффективного управления брендами как базисному маркетинговому процессу, направленному на достижение и поддержание высокой конкурентоспособности 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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы и инструменты разработки организационно-управленческих решений в области брендинга, формирования марочной политики и управления портфелем брендов Уметь: применять методы и инструменты управления брендами при обосновании организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости Владеть: навыками разработки бренда, управления брендами и их реализации в условиях сложной и динамичной среды, оценивать их последствия

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге Тема 2. Разработка бренд-стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда Тема 3. Технология бренд-строительства Тема 4. Методы оценки стоимости бренда.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	144 ч / 4 зе
Форма итогового контроля знаний	зачет
Учебная дисциплина «Разработка товарной политики»	
Цель изучения дисциплины	формирование профессиональных компетенций в области управления товарной политикой компаний на рынке
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне; ОПК-4 Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы формирования товарной политики компании: компоненты, цели и задачи • теоретические и методологические основы разработки нового товара; • теоретические и методологические основы управления ассортиментом компании; <p>Уметь:</p> <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); • выполнять стратегически и тактический анализ ассортимента компании; • оценивать сбалансированность товарного ассортимента; • принимать решения в области управления товарным ассортиментом. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть навыками разработки и тестирования нового товара; • владеть навыками оценки конкурентоспособности товара (услуги); • владеть знаниями, умениями и навыками принятия решений в области управления ассортиментом. <p>Знать:</p> <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). <p>Уметь:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • выполнять стратегический анализ ассортимента; • принимать управленческие решения в области ассортимента, направленные на повышение конкурентоспособности компании; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть навыками стратегического анализа в области товарной и ассортиментной политики компании.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).</p> <p>Тема 2. Методологические основы разработки нового товара.</p> <p>Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компании.</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 з.е. \ 180
Форма итогового контроля знаний	Экзамен
Учебная дисциплина «Поведение потребителей»	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной рабочей программой
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<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> <p>ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: методы сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Владеть: навыками сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Знать: основные принципы разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей</p> <p>Уметь: разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p> <p>Владеть: навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>
Краткая характеристика	Тема 1. Процесс принятия решения о покупке.

учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 2. Индивидуальные факторы поведения потребителей Тема 3. Ресурсы потребителей. Знания и отношение потребителей Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителя.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 з.е. \ 180
Форма итогового контроля знаний	зачет

Учебная дисциплина Управление продажами

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 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне; ОПК-4 Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - 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. Владеть: - инструментами реализации задач организации и управления продажами; - практическим навыками, связанными с использованием инструментов организации и управления продажами.

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте. Тема 2. Приемы продаж Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6 з.е. \ 252
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой

Учебная дисциплина «Цифровая организация бизнеса»

Цель изучения дисциплины	предоставление понимания студентами основных теоретических и практических основ осуществления предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОПК-5- Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и про-

ния дисциплины	граммные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия Интернет-экономики - основные технологические и отраслевые информационные платформы - особенности управления бизнесом с использованием сети Интернет <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы расчета основных экономических показателей деятельности предприятий в сфере Интернет-экономики - выбирать оптимальные маркетинговые средства для работы организаций в сфере Интернет <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен разрабатывать программу развития организации в сфере Интернет; - выбирать оптимальные пути и мероприятия развития предприятия в сети Интернет
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия</p> <p>Тема 2. Особенности управления бизнесом в цифровой экономике</p> <p>Тема 3. Интернет- платформы</p> <p>Тема 4. Интернет- маркетинг</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5/180
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина Коммерческая деятельность	
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	<p>ОПК-3 - Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях</p> <p>ОПК-4 - Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - функционирование и роль в продажах товарных бирж, аукци-

	<p>онов, выставок, ярмарок;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 деятельностью производственного предприятия; - материально-техническое обеспечение производственного предприятия в контексте коммерческой работы; - сущность коммерческой деятельности при выходе на внешний рынок, факторы влияющие на процессы внешнеэкономической коммерческой деятельности; - деятельность Всемирной Торговой Организации (ВТО), 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; - основы искусства продаж. <p>Умения:</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; - определять тип клиента и подбирать инструменты коммуникативного взаимодействия с ним; - использовать на этапах продаж соответствующие методические приемы для успешной продажи. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - торговой деятельности;
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Введение в коммерческую деятельность. Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций Тема 3. Планирование и организация снабжения Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту</p>

	<p>Тема 5. Формы и методы торговли</p> <p>Тема 6. Посредники на рынке</p> <p>Тема 7. Розничная торговля</p> <p>Тема 8. Электронная коммерция.</p> <p>Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.</p> <p>Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности.</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	7 з.е. \ 252
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой
<p>Учебная дисциплина «Маркетинговые коммуникации»</p>	
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	<p>ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.</p> <p>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.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: методы маркетингового исследования рекламного рынка, эффективности рекламных акций и компаний</p> <p>Уметь: проводить мониторинг рекламного рынка и оценивать эффективность рекламных компаний</p> <p>Владеть: методами оценки эффективности рекламной деятельности на основе маркетинговых исследований</p> <p>Знать: принципы формирования маркетинговых стратегий в рекламной деятельности предприятия.</p> <p>Уметь: анализировать взаимосвязи функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по разработке рекламной кампании;</p> <p>-осуществлять разработку и реализацию медиапланирования в рекламной кампании в соответствии с маркетинговым планированием предприятия.</p> <p>Владеть: умением обобщать зарубежный и отечественный опыт управления рекламной деятельностью предприятия.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 2. Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций</p> <p>Тема 3. 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>Тема 4. Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.</p> <p>Тема 5. Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.</p> <p>Тема 6. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых</p>

	коммуникаций. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Тема 7. Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования. Тема 8. Методы расчета бюджета Тема 9. Оценка эффективности коммуникативной деятельности
Трудоёмкость (з.е. / часы)	4 з.е/ 144 ч.
Форма итогового контроля знаний	дифференцированный зачет
Учебная дисциплина «Методы разработки и принятия управленческих решений»	
Цель изучения дисциплины	является 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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	В результате освоения дисциплины студент должен 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 обоснования выбора оптимального решения на основе критериев социально-экономической эффективности
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений. Тема 2. Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем. Тема 3. Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений Тема 4. Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	3 ЗЕ/108 ч
Форма итогового контроля знания	Зачет
Учебная дисциплина Тайм-менеджмент	
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

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</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; - показатели качества организации труда по Л.Зайверту; - 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; - главные информационные результаты инвентаризации и анализа времени; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять и формулировать помехи (воры) времени; - применять алгоритм инвентаризации и анализа времени; - осуществлять качественный анализ времени; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализа личной эффективности; - инвентаризации личного и организационного времени; - использования методов качественного анализа времени; - контроля в тайм-менеджменте - делегирования; - ведения персональной системы управления временем; - работы с деловой документацией, письмами, отчетами и т. п., а так же использованию технических средств в организации личной эффективности;
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель. Тема 2. Инвентаризация и анализ времени. Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение. Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности</p>
<p>Трудоёмкость (з.е. / часы)</p>	<p>3 з.е. \ 108</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>зачет</p>
<p>Учебная дисциплина «Управление маркетингом»</p>	
<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>формирование профессиональных компетенций в области управления маркетинговой деятельностью компании на рынке</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>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</p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>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.</p> <p>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;</p> <p>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</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг как система управления предприятием 2. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование. 3. Управление ассортиментной и ценовой политикой компании. 4. Управление сбытовой и коммуникационной политикой компании.
<p>Трудоёмкость (з.е. / часы)</p>	<p>5 з.е. \ 180</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>экзамен</p>
<p>Учебная дисциплина «Интегрированная логистика»</p>	
<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>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</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>ОПК-3 Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать: методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.</p> <p>Уметь: применять методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.</p> <p>Владеть: навыками применения методов, форм и средств наиболее эффективного управления логистической деятельно-</p>

	стью в интегрированной цепи поставок.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	1. Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия
	2. Администрирование логистической системы предприятия
	3. Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок
	4. Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 з.е. / 180 часов
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Учебная дисциплина «Международный маркетинг»

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
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 (основные блоки и темы)	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
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. \ 108
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой

Учебная дисциплина «Управленческий учет в маркетинге»

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых теоретических знаний и практических
---------------------------------	--

	навыков в области управленческого учета, как информационной базы для принятия эффективных маркетинговых решений
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
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, включая маркетинговые службы; - порядок использования данных управленческого учета для анализа и принятия обоснованных маркетинговых решений
	Уметь: - использовать знания о принципах управленческого учета для систематизации данных о затратах на производство и продажи, оценки себестоимости произведенной продукции и определения прибыли с позиции маркетинга; - проводить маркетинговый и 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; - навыками координации работы маркетинговых служб при выполнении бизнес-планов
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга
	Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа
	Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга
	Тема 4. Бюджетирование контроллинг в системе маркетинга
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. /108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой
Учебная дисциплина «Маркетинговое консультирование»	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов знаний навыков и умений в области консультирования и применения маркетингового подхода к консультированию на российском рынке. Целью дисциплины является формирование теоретических знаний о сущности, целях и задачах консультирования по вопросам маркетинга, а также в формирование у студентов практических навыков по организации и проведению консультационных мероприятий в области маркетинга
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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: основные теоретические подходы по проведению маркетинговых исследований</p> <p>Уметь: применять современные инструменты маркетинговых исследований для сбора, обработки и анализа данных</p> <p>Владеть: современными методиками переработки информации и интерпретации результатов маркетинговых исследований</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Содержание и сущность бизнес-консультирования</p> <p>Тема 2. Рынок консалтинговых услуг.</p> <p>Тема 3. Процесс консультирования</p> <p>Тема 4. Особенности маркетингового консультирования. аудит маркетинга</p> <p>Тема 5. Маркетинговые исследования</p> <p>Тема 6. Информационные технологии в маркетинге</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. \ 108
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой
Учебная дисциплина «Экономическая безопасность»	
Цель изучения дисциплины	<p>Дать знания сущности и основного содержания экономической безопасности государства, региона, предприятия, личности, основных критериев и показателей уровня безопасности, методов анализа коммерческого риска. Подготовить студентов к умению своевременно обнаруживать возникающие опасности и угрозы, противостоять им и применять полученные знания на практике</p>
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <p>общие теоретические положения курса и его основные понятия;</p> <p>методологию формирования системы показателей для мониторинга;</p> <p>методы и инструменты предотвращения и локализации угроз</p> <p>Уметь:</p> <p>системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания;</p> <p>при анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности</p> <p>Владеть:</p> <p>приемами организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия;</p> <p>навыками разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>1 Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.</p> <p>2 Служба экономической безопасности организации.</p>

	3 Физическая защита персонала коммерческой организации.
	4 Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей.
	5 Хищения в организациях и методы борьбы с ними.
	6 Обеспечение информационной безопасности организации.
	7 Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.
	8 Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.
	9 Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. / 108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой

Учебная дисциплина «Маркетинг в социальных медиа»

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
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 ино-

	<p>странных источников и ее значимость; способностью интерпретировать и критически резюмировать полученную информацию из иностранных источников, применять её в новых условиях;</p> <p>- навыками в области формирования и корректирования юзабилити веб аналитики на основе отзывов и комментариев клиентов в социальных медиа.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги (Преимущества маркетинга в социальных медиа. Особенности аудитории социальных сетей: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Живой журнал. Поддержка через SMM Брендовые и тематические сообщества в социальных медиа)</p> <p>Тема 2. Тренды маркетинга в соцмедиа (Статистика популярности соцмедиа. SMM как часть трансмедийной кампании. Стратегии SMM в отдельных соцмедиа)</p> <p>Тема 3. Инструментарий SMM (Интеракции при работе с контентом. Развитие продвижения через блогосферу. Микроблоггинг. Классификация блогов. Цикл развития блогов. корпоративный блог. Особенности таргетированной рекламы. Возможности ретаргетинга. Сайты, контент, рекламные объявления, блоги ,аккаунты, сообщества. Партнерские программы, сайты агрегаторы, партнерские сети. Баннерные и тизерные рекламы. Выбор стратегии размещения в зависимости от цели рекламы. Инструменты маркетинга для B2B и B2C)</p> <p>Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа (Роль, специфика и содержание маркетинговых исследований в социальных медиа)</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6 з.е. /216 час.
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой
Учебная дисциплина «Оценка деятельности персонала»	
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>В результате освоения дисциплины студент должен</p> <p>Знать:</p> <p>теоретические основы и место оценки в системе управления персоналом, методы оценки персонала</p> <p>Уметь:</p> <p>формировать критерии оценки для различных категорий персонала</p> <p>выбирать и использовать средства и методы оценки персонала;</p> <p>обобщать и интерпретировать оценочную информацию</p> <p>Владеть:</p> <p>понятийным аппаратом в области оценки эффективности персонала</p>

	методами оценки эффективности персонала; методами формирования мотивационного механизма
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	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
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	7 ЗЕ
Форма итогового контроля знания	Зачет с оценкой
Учебная дисциплина «Бизнес-планирование»	
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов комплекса знаний теоретических основ и получение навыков использования практических технологий бизнес планирования деятельности предприятия как субъекта конкурентной среды.
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	В результате освоения дисциплины студент должен знать: - основные теоретические положения, методы и методологию бизнес- планирования - показатели и методики составления разделов бизнес-плана; - современные концепции, тенденции, мировой и отечественный опыт в области бизнес-планирования; - показатели и критерии оценки эффективности реализации бизнес-плана. уметь: - проводить сбор, анализ и обработку информации, необходимой для осуществления процесса бизнес-планирования - осуществлять расчеты экономической эффективности мероприятий по реализации бизнес-планов на основе современных методик и знаний, полученных в процессе обучения; - самостоятельно работать с научно-технической, нормативно-правовой и статистической документацией на основе использования современных технических средств и информационных технологий. владеть: - методологией экономических исследований в области бизнес-планирования; - современными методами и приемами анализа и расчетов показателей по каждому разделу бизнес-плана (анализ рынков, продукты и услуги, маркетинг, финансы, риски, производство и т.д.); - современными методами обработки статистической, аналитической и расчетной информации в области бизнес-планирования на основе использования информационных технологий.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии Назначение бизнес-плана и его основные элементы. Функции бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Опти-

	<p>мизация. Координация и интеграция. Безопасность управления. Упорядочение. Контроль. Воспитание и обучение. Документирование. Основные принципы внутрифирменного планирования. Необходимость. Непрерывность. Эластичность и гибкость. Системность. Точность и детализация. Экономичность. Оптимальность. Связь уровней управления. Участие. Холизм. Ранжирование объектов планирования. Вариантность. Социальная ориентация. Стабильность. Адекватность.</p> <p>2. Этапы разработки бизнес-плана Понятие предпринимательской идеи. Внешние стимулы и внутренние побудительные силы, основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей. Основные источники предпринимательских ценностей. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане. Миссия и цели предприятия. Классификация целей. Структуризация целей и построение «Дерева целей». Основные внешние и внутренние факторы развития предприятия. Треугольник конкуренции. SWOT-анализ. Стратегии роста хозяйствующего субъекта.</p> <p>3. Процесс и организация планирования на предприятии Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Системы планирования. Объекты планирования. Разработчики планов. Средства планирования. Порядок составления планов. Методы планирования. Организация планово-экономической работы предприятий. Встречное планирование и его преимущества. Организационные структуры планирования. Показатели, признаки и основания как инструментарий планирования. Количественные показатели. Качественные показатели. Натуральные показатели. Стоимостные показатели. Нормы и нормативы. Нормы затрат времени. Норма численности. Норма времени обслуживания. Норма выработки. Норма обслуживания. Методы нормирования. Аналитический метод. Суммарный метод.</p> <p>4. Методика составления разделов бизнес-плана Условия обоснования положений бизнес-плана. Состав и характеристика разделов бизнес-плана. Меморандум конфиденциальности. Резюме. Описание отрасли. Характеристика предприятия. Выбор вида деятельности (товара, работы, услуги). План маркетинга. Производственная программа. Организационная структура предприятия. Финансовый план и бюджет предприятия. Анализ рисков. Организационный план. Выводы и предложения. Оформление и представление бизнес-плана</p>
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	7/252
Форма итогового контроля знания	экзамен
Учебная дисциплина «Инвестиционный менеджмент»	
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять подходы к принятию инвестиционных решений; - использовать методы оценки влияния решений по финансированию инвестиций на рост ценности компании; - применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели; - проводить оценку ситуаций, процессов, инвестиционных проектов при различных рисковых условиях; - оценивать условия и последствия принимаемых рисковых инвестиционных решений; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методическим аппаратом оценки инвестиционно-финансовых ресурсов и стоимости компании; - подходами к принятию инвестиционных решений и решений по финансированию проектов; - методами анализа видов рисков, использования его результаты для принятия инвестиционных решений; - способностью разрабатывать сценарии развития организаций (направлений деятельности, продуктов) с учетом выявленных и оцененных рисков;
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Сущность, содержание инвестиционного менеджмента</p> <p>Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности</p> <p>Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта</p> <p>Тема 4. Управление рисками в инвестиционной деятельности</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	7/252
Форма итогового контроля знаний	Экзамен
Учебная дисциплина «Реклама и HR»	
Цель изучения дисциплины	Изучение теоретических основ рекламы, создание комплексного представления о рекламе как перспективно развивающейся области профессиональной коммуникации; выработка у студентов профессионального взгляда на рекламную деятельность и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик; формирование у студентов понимания роли рекламы и ее особенности в HR–менеджменте.

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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - 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. Уметь : • 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 Владеть: - 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 (основные блоки и темы)	Тема 1. Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности (Определение понятий «реклама», сходство и различие с другими видами коммуникации. Признаки рекламы. Основные функции рекламы. Основные функции рекламы. Классификация рекламы. Субъекты и объекты рекламы. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка. Основные игроки рекламного рынка) Тема 2. Государственное регулирование рекламной деятельности (Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики) Тема 3. Каналы распространения рекламы (Виды каналов рас-

	<p>пространения рекламы. Основные каналы распространения рекламы: телевизионная реклама, реклама в прессе, наружная, реклама на транспорте, реклама на радио, Интернет-реклама, реклама в кино, печатная реклама, сувенирная реклама, реклама на выставках и ярмарках. Нетрадиционные каналы распространения рекламы)</p> <p>Тема 4. Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств (Рекламная политика. Рекламная стратегия. Виды целей рекламной политики. Разработка плана рекламной кампании: основные этапы. Концепции формирования рекламного бюджета)</p> <p>Тема 5. Кадровая реклама (Сущность и планирование привлечения персонала в организацию Сущность кадровой рекламы. Инструменты маркетинга в HR. Реклама на рынке труда. Анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на формирование плана набора персонала и мероприятий по его реализации. Методы для определения общей потребности в кадрах. Методы привлечения персонала. Источники набора персонала. Отбор и анализ целевой аудитории. Ценностное предложение работодателя. Рекламирование вакансий. Анализ информационных каналов на рынке труда. Оценка эффективности рекламной кампании при подборе кадров)</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6 з.е. /216 час.
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «Анализ хозяйственной деятельности»	
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: общеметодологические приемы изучения явлений, специальные приемы экономического анализа на примере финансово-хозяйственной деятельности предприятий</p> <p>Уметь: обобщать результаты исследования в виде экономически обоснованных выводов и предложений по совершенствованию деятельности предприятия и повышению его результативности и финансовой устойчивости</p> <p>Владеть: методикой факторного анализа различных элементов финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа 2. Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий

	<p>3. Анализ объема производства и реализации продукции</p> <p>4. Анализ использования производственных ресурсов предприятия</p> <p>5. Анализ затрат и финансовых результатов</p> <p>6. Анализ финансового состояния предприятия</p>
Трудоёмкость (з.е. / часы)	6/216
Форма итогового контроля знаний	зачет
Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг»	
Цель изучения дисциплины	является 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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>В результате освоения дисциплины студент должен</p> <p>Знать: основные задачи интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней</p> <p>Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности</p> <p>Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интернет-предпринимательство: понятие, тенденции и перспективы развития 2. Современные информационно-коммуникативные технологии 3. Инновационный стартап 4. Функциональные стратегии интернет-бизнеса 5. Модели монетизации 6. Решения в области создания продающих ресурсов 7. Управление партнерскими отношениями в области интернет-предпринимательства 8. Оценка эффективности интернет-проекта 9. Информационная безопасность 10. Культура и правовое регулирование интернет-бизнеса
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	8/288
Форма итогового контроля знания	зачет

Учебная дисциплина «Интернет-предпринимательство»

Цель изучения дисциплины	Освоение ключевых компетенций, необходимых для осуществления успешной деятельности в области интернет-предпринимательства
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>В результате освоения дисциплины студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные задачи профессиональной деятельности в области интернет-предпринимательства <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать стандартные задачи профессиональной деятельности в области интернет-предпринимательства на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в области интернет-предпринимательства
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интернет-предпринимательство: понятие, тенденции и перспективы развития 2. Современные информационно-коммуникативные технологии 3. Инновационный стартап 4. Функциональные стратегии интернет-бизнеса 5. Модели монетизации 6. Решения в области создания продающих ресурсов 7. Управление партнерскими отношениями в области интернет-предпринимательства 8. Оценка эффективности интернет-проекта 9. Информационная безопасность 10. Культура и правовое регулирование интернет-бизнеса
Трудоемкость (ЗЕ/часы)	8/288
Форма итогового контроля знания	зачет
Модуль личностно-ориентированного совершенствования	
Цель изучения дисциплины	Развитие навыков самостоятельного анализа различных видов информации, использования гуманитарных знаний и психологических технологий для личностного и профессионального роста. Формиро-

	вание у студентов представлений о критическом мышлении, ценностях и морали, об эффективном личностном самосовершенствовании, междисциплинарной картине развития представлений о личности в человеческой культуре и цивилизации.
<i>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</i>	<p>Знать: научно-психологические основы выбора, процессуально-структурные компоненты психологического феномена «выбор», основные направления современной этики, базовые элементы и приемы, применяемые в подготовленной публичной речи.</p> <p>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.</p> <p>Владеть: приемами самооценки, эффективного общения и слушания, позитивного общения, конгруэнтного поведения, анализа собственных нравственных ценностей и поступков, подготовки, корректировки выступления.</p>
<i>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тренинг личностного роста и профессионального успеха. 2. Мысль и слово: основы риторической культуры. 3. Психология выбора и взаимоотношений. 4. Моральная культура личности в современном мире.
<i>Трудоёмкость (з.е. / часы)</i>	5/180
<i>Формы текущего и итогового контроля знаний</i>	Зачет
Модуль коммуникационный	
<i>Цель изучения дисциплины</i>	Сформировать системное представление о принципах и законах построения устной и письменной коммуникации; обучить техникам и приемам эффективной коммуникации в различных ситуациях (персональное общение, публичное выступление, институциональные формы коммуникации и т.п.).
<i>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</i>	В результате обучения студент сможет: понимать специфику вербальной и невербальной коммуникации; владеть принципами логической подачи материала; осуществлять выбор средств коммуникации (вербальных и невербальных) в зависимости от ее целей/условий и грамотно их использовать в разных коммуникативных ситуациях; моделировать (планировать и осуществлять) коммуникацию в разных ситуациях; грамотно использовать коммуникативные тактики и стратегии в профессиональной деятельности, усиливать / ослаблять коммуникативную позицию, подбирать аргументы; оперировать приемами успешной / эффективной коммуникации, в том числе грамотно использовать приемы активного слушания, убеждения, ораторские приемы; преодолевать коммуникативные барьеры и купировать конфликты в общении; демонстрировать взаимодействие с аудиторией; анализировать коммуникативное и речевое поведение (собственное; собеседников; аудитории) и коммуникативные ситуации; рефлексировать по поводу коммуникативной ситуации, коммуникативного поведения, успешности и эффективности коммуникации, правильности и грамотности речи; справляться со сложными вопросами в комму-

	никативной сфере.
<i>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Русский язык в начале XXI века. 2. Средства и каналы коммуникации. 3. Моделирование коммуникации. 4. Психология коммуникации. 5. Публичное выступление. 6. Коммуникативное взаимодействие. 7. Эффективная презентация. 8. Успешность коммуникации.
<i>Трудоёмкость (з.е. / часы)</i>	5/180
<i>Формы текущего и итогового контроля знаний</i>	Зачет
Модуль предпринимательский	
<i>Цель изучения дисциплины</i>	Сформировать у студентов представление о предпринимательской деятельности, механизмах ее функционирования; понимание преимуществ положения предпринимателя в обществе; осознание ограничений в работе предпринимателя, необходимых направлений развития качеств и умений; навыки по основным направлениям предпринимательской деятельности; способность сформулировать и оценить свой предпринимательский проект.
<i>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</i>	<p>В результате обучения студент сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> определять сферу (или вид) своей возможной предпринимательской деятельности; применять эффективные механизмы функционирования предпринимательских структур; моделировать особенные (конкурентоспособные) характеристики продукта или услуги; соблюдать в своей практической деятельности основные государственные требования и требования структур, предоставляющих стартовый капитал, предъявляемые к предпринимателю; разработать бизнес-план и рассчитать его экономическую эффективность; зарегистрировать свое предприятие в соответствующих органах управления.
<i>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпринимательская деятельность: особенности и роль в обществе. 2. Выбор сферы деятельности для предпринимательства (как найти свое место на рынке). 3. Экономика предпринимательства (откуда берутся деньги, куда они уходят, куда должны идти). 4. Организация предпринимательства (что говорит закон, как организовать работу, чего от предпринимателя хочет государство). 5. Основы предпринимательского проекта (с чего начать, зачем нужен бизнес-план, как привлечь стартовый капитал, что делать дальше).

<i>Трудоёмкость (з.е. / часы)</i>	5/180
<i>Формы текущего и итогового контроля знаний</i>	Зачет
Модуль педагогический	
<i>Цель изучения дисциплины</i>	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
<i>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль педагогической деятельности в обществе; - социальные, возрастные, психофизические и индивидуальные особенности обучающихся; - требования нормативно-правовых документов в образовании; - современные методы и технологии обучения и диагностики. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять обучение, воспитание и развитие с учетом социальных, возрастных, психофизических и индивидуальных особенностей; - применять современные методы и технологии обучения в педагогической деятельности; - адекватно оценивать знания учеников исходя из результатов их деятельности; - использовать возможности образовательной среды для достижения требуемых результатов обучения и обеспечения высокого качества учебно-воспитательного процесса; - быстро находить, анализировать и синтезировать необходимую информацию в различных областях знаний; - осуществлять рефлекссию своей педагогической деятельности в реальных условиях современной школы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методиками и образовательными технологиями в своей педагогической деятельности; - способами адекватно оценивать знания учеников; - навыками планировать учебный процесс и конструировать учебные занятия; - способностью анализировать, адаптировать и применять опыт ведущих педагогов-практиков Калининградской области; - навыками реализовывать образовательные программы по предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов; - навыками рефлексии своей педагогической деятельности
<i>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</i>	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)

Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 ЗЕ /180
Формы текущего и итогового контроля знаний	зачет
Модуль Информационно-технологический	
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является ознакомление с новым стандартом HTML5, получение практических навыков его использования.
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
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент, изучивший информационно-технологический модуль, должен: Знать теоретические основы HTML5 и CSS3, механизмы реализации тегов, атрибутов и свойства стилей. Уметь использовать полученные теоретические знания для решения конкретных прикладных задач, верстать веб-страницы, находить и исправлять ошибки в гипертекстовом коде с таблицами стилей. Владеть практическими навыками верстки веб-сайтов.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ HTML5.</p> <p>Тема 1.1. Основы HTML. Простые теги. Изучение основных правил (иерархия, порядок, адекватность), об структуры страницы и тегов, типов атрибутов в HTML. Какие теги входят простые теги. Их написание на HTML документе и цели существования также отображения на веб-странице.</p> <p>Тема 1.2. Сложные теги. Таблица. Какие теги входят в сложные теги. Их написание на HTML документе и цели существования, просмотр структуры, а также отображения на веб-странице. Создание таблицы на веб-страницах, изучение его структуры, а также дополнительных тегов, которые входят в таблицу, написание атрибутов и просмотр на веб-страницах.</p> <p>РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ CSS3.</p> <p>Тема 2.1. Основы CSS. Обтекание и позиция. Типы и структуры селекторов. Построения таблицы стилей. Использование иерархичности в таблице стилей. Адекватность написания. Понятие обтекания и позиции. Изучение обтеканий слева и справа. Рассмотрение веб-странице, после добавления свойств обтеканий. Виды позиций и их особенности. Взаимодействия позиции с обтеканиями. Особенность перемещения блока при позициях: fixed, absolute и relative.</p> <p>Тема 2.2. Цвет. Background. Градиент. Особенности цвета в цифровом пространстве. Способы задания и CSS3. Понимание свойства color. Понятие background'a. Особенности CSS изменениях background'a. Отображение на странице. Понятие градиента HTML5 и CSS3. Виды градиентов. Возможности каждого градиента. Просмотр градиентов на веб-странице.</p> <p>Тема 2.3. Шрифты. Структура тега. Способы измерений тегов с помощью CSS3. Размер шрифтов, семейство, курсив, полужирность, представление строчных букв. Изменения текста с помощью оформления (подчеркивания, зачеркивания и надчеркивания абзацный отступ, регистра, теней и горизонтального выравнивания. Структуры тегов. Особенности элементов структуры тегов, и их написания в CSS. Дополнительные свойства для преобразования структуры тегов.</p> <p>Тема 2.4. Overflow. Display. Псевдоэлементы. Изучение свойств overflow. Виды значений display. Значения display</p>

	гов по умолчанию. Рассмотрения изменения тегов при других значениях. Определение псевдоэлементов. Написание их в таблице стилей. Особенно каждого псевдоэлемента. РАЗДЕЛ 3. ТЕГИ, СВЯЗАННЫЕ С ПОИСКОВЫМИ СИСТЕМАМИ И СКРИПТАМИ. ПСЕВДОКЛАССЫ. Тема 3.1. Исполняемые теги. Псевдоклассы. Теги входящие в исполняемые теги. Зависимость от значений атрибута в теге input. Атрибуты тегов a, textarea, canvas, select, input. Определение псевдоклассов. Написание их в таблице стилей. Особенности основных псевдоклассов. Тема 3.2. Теги контейнера head. Понятие тегов, написанных в контейнере head. Взаимодействия и поисковыми системами. Рассмотрение атрибутов тегов и их значения.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5/180
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «Финансовый анализ»	
Цель изучения дисциплины	Приобретение студентами навыков в области теории и практики финансового анализа организаций (предприятий) с целью принятия соответствующих управленческих решений
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
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 (основные блоки и темы)	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
Трудоёмкость (з.е. / часы)	1 з.е. / 36 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Учебная дисциплина «Банковские операции»	

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов бакалавриата 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 и т.д.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: 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: 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 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
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	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
Трудоёмкость (з.е. / часы)	1 з.е. / 36 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет

