

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Протокол
Ученого совета № 1
от 30.08.2017



УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Я.Н. Силин

(подпись)

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)
МАРКЕТИНГ

Программа прикладного бакалавриата 2013 г. приема

Рекомендована Ученым советом института
менеджмента и информационных
технологий

Председатель

Коковихин А.Ю.

№ 1 от 29.08.2017

Рекомендована Советом по УМВ и КО

Председатель

Рогожин С.А.

№ 1 от 30.08.2017

Одобрена на заседании кафедры
маркетинга и международного
менеджмента

Зав. кафедрой

Капустина Л.М.

№ 1 от 28.08.2017

Екатеринбург
2017

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	
1.1 Цель основной профессиональной образовательной программы.....	3
1.2 Срок получения образования по программе бакалавриата.....	4
1.3 Объем программы бакалавриата.....	4
Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
2.1 Область профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.2 Виды и задачи профессиональной деятельности выпускника.....	6
2.3 Планируемые результаты освоения ОПОП.....	7
2.4 Сведения о профессорско- преподавательском составе, необходимом для реализации основной профессиональной образовательной программы.....	10
Раздел 3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	11
Раздел 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ).....	12
4.1 Программы рабочих программ дисциплин.....	12
4.2 Аннотации к рабочим программам дисциплин.....	13
Раздел 5. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК.....	43
5.1 Программа учебной практики (по получению первичных профессиональных умений и навыков).....	44
5.2 Программа производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).....	45
5.3 ПРОГРАММА производственной (преддипломной) практики.....	45
Раздел 6. ОЦЕНОЧНЫЕ материалы.....	45
6.1 Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации.....	45
6.2 оценочные материалы для государственной итоговой аттестации.....	46
Раздел 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....	46
7.1 Методические рекомендации по выполнению курсовых работ.....	46
7.2 Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы.....	47
Раздел 8. программа ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	47

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Федеральным Государственным образовательным учреждением высшего образования «Уральский государственный экономический университет» (далее ФГБОУ ВО УрГЭУ, университет). ОПОП разработана с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 7 от 12.01.2016 и законодательства Российской Федерации в сфере образования.

Данная ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, средства и процедуры оценки качества подготовки выпускников и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий.

Образовательная деятельность по данной образовательной программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

1.1 ЦЕЛЬ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель программы – подготовка высококвалифицированных бакалавров для организационно-управленческой деятельности в сфере рекламы в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Задачи программы: формирование компетенций и профессиональных навыков бакалавров в сфере маркетинга; создание, внедрение и распространение новых образовательных технологий для обеспечения сферы маркетинга конкурентоспособными кадрами маркетологов; содействие распространению инновационных управленческих знаний и практик.

1.2 СРОК ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ПРОГРАММЕ БАКАЛАВРИАТА

Срок получения образования по программе бакалавриата: в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года; в заочной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года 6 месяцев; при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

1.3 ОБЪЕМ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.ед.), вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемой за один учебный год, составляет 60 з.ед. без учета факультативных дисциплин.

1 з.ед. соответствует 36 академическим часам (при продолжительности академического часа 45 минут).

Объем программы бакалавриата за один учебный год в заочной форме обучения составляет не более 75 з.ед.

Объем программы бакалавриата за один учебный по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более 75 з.ед.

РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

Область профессиональной деятельности бакалавров включает осуществление следующих основных видов деятельности: организационно-управленческая; информационно-аналитическая; предпринимательская. Выпускники, окончившие программу, получают возможность трудоустройства в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления; структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело, руководителей (начальников отделов, заведующих подразделений и др.) в организациях различных организационно-правовых форм и направлений деятельности.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу, являются процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм.

2.2 ВИДЫ И ЗАДАЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

организационно-управленческая деятельность:

ОУД-1 - участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

ОУД-2 - участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

ОУД-3 - планирование деятельности организации и подразделений;

ОУД-4 - формирование организационной и управленческой структуры организаций;

ОУД-5 - организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

ОУД-6 - разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

ОУД-7 - контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

ОУД-8 - мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

ОУД-9 - участие и урегулирование организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

информационно-аналитическая деятельность:

ИАД-1 - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

ИАД-2 - построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

ИАД-3 - создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

ИАД-4 - разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

ИАД-5 - разработка системы внутреннего документооборота организации;

ИАД-6 - оценка эффективности проектов;

ИАД-7 - подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

ИАД-8 - оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

ПД-1 - разработка бизнес-планов создания нового бизнеса;

ПД-2 - организация предпринимательской деятельности.

2.3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Результаты освоения ОПОП определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения, опыт и личностные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП выпускник должен обладать следующими компетенциями, определенными ФГОС ВО направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, а также профессиональными дополнительными компетенциями в соответствии с направленностью (профилем) «Маркетинг» (табл.1)..

Протоколы согласования дополнительных профессиональных компетенций с работодателями (объединениями работодателей) представлены в приложении.

Взаимосвязь формируемых компетенций, профессиональных задач, учебных дисциплин и практик представлена в матрице компетенций. Матрица компетенций представлена в приложении.

Этапы формирования компетенций представлены в картах формирования компетенций в приложении 3.

Таблица 1 - Компетенции выпускника основной профессиональной образовательной программы

Компетенции	Код
Общекультурные (ОК) компетенции, определенные ФГОС ВО	
способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	ОК-1
анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	ОК-2
способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК-3
способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ОК-4
способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК-5
способность к самоорганизации и самообразованию	ОК-6
способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-7
способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	ОК-8
Общепрофессиональные (ОПК) компетенции, определенные ФГОС ВО	
владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	ОПК-1
способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	ОПК-2
способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	ОПК-3
способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4
владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	ОПК-5
владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6
способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-7
Профессиональные (ПК) компетенции, определенные ФГОС ВО	

Компетенции	Код
организационно-управленческая деятельность:	
владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	ПК-1
владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2
владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ПК-3
умения применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	ПК-4
способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	ПК-5
способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-6
Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	ПК-7
владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ПК-8
информационно-аналитическая деятельность:	
способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ПК-9
владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-10
владения навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК-11
умение организовать и поддерживать связи с долевыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации	ПК-12

Компетенции	Код
(предприятия, органа государственного или муниципального управления)	
умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	ПК-13
умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	ПК-14
умения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-15
владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	ПК-16
предпринимательская деятельность:	
способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	ПК-17
владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	ПК-18
владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	ПК-19
Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	ПК-20
Профессиональные дополнительные компетенции, отнесенные к организационно- управленческой деятельности	
Умение анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, разрабатывать проекты маркетингового исследования; находить вторичную маркетинговую информацию; разрабатывать анкеты, планы проведения фокус-группы и другие формы для сбора первичной маркетинговой информации; выполнять полевые работы; обрабатывать и анализировать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований с помощью программного комплекса SPSS, составлять отчет о результатах маркетингового исследования.	ППК-1
Знать содержание маркетинговой концепции управления, владеть методами разработки и реализации маркетинговых стратегий и планов	ППК-2
Знать основные факторы поведения потребителей на рынке способность управлять поведением потребителей на всех этапах процесса принятия потребительского решения	ППК-3

2.4 СВЕДЕНИЯ О ПРОФЕССОРСКО- ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОМ СОСТАВЕ, НЕОБХОДИМОМ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к

реализации программы на условиях договоров гражданско-правового характера. Справка о кадровом обеспечении ОПОП представлена в приложении 4.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе бакалавриата, составляет не менее 80%.

Доля преподавателей, имеющих высшее образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе бакалавриата, составляет не менее 85 %.

Доля преподавателей 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, составляет не менее 10%.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками университета и (или) лицами, привлекаемыми университетом к реализации образовательной программы на иных условиях;

- в форме самостоятельной работы обучающихся;

- в иных формах.

Учебный план содержит перечень дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в з. ед., последовательности и распределения по периодам обучения, объем контактной и самостоятельной работы обучающихся в академических часах.

Объем часов контактной работы включает в себя:

1) часы из учебного плана, отводимые на:

- лекции;
- практические (семинарские) занятия;
- лабораторные работы;

2) часы, определяемые нормами времени для расчета объема учебной нагрузки профессорско- преподавательского состава и отводимые на:

- индивидуальные и (или) групповые консультации, включая консультации перед промежуточной аттестацией в форме экзамена, интернет-консультации;
- аттестационные испытания промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой, курсовая работа (проект));
- консультации при подготовке выпускной квалификационной работы;
- текущую и промежуточную аттестации практики.

Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

В календарном учебном графике указаны периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

Учебные планы и календарные учебные графики для очной и заочной (при наличии контингента) форм обучения прилагаются.

РАЗДЕЛ 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

4.1 ПРОГРАММЫ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Рабочие программы дисциплин содержат:

- цели освоения дисциплины;
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы,
- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий;

- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля);
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается проведением интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, иных активных форм обучения.

Рабочие программы дисциплин представлены в приложении 6.

4.2 АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН

Аннотации к рабочим программам дисциплин ОПОП по направлению 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Аннотации к рабочим программам дисциплин ОПОП по направлению 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг»

История

Цель курса - формирование у студентов целостного представления об историческом пути России, понимание закономерностей и особенностей истории России с древнейших времен и до наших дней в контексте всемирной и европейской истории, приобщение студентов к социальному опыту, духовным, нравственным, культурным ценностям предшествующих поколений.

Задачи курса

- 1) изучение особенностей исторического развития России в контексте мирового развития на основе изучения исторических фактов;
- 2) анализ процесса развития России с учетом ее исторически сложившейся социокультурной, политической и экономической специфики;
- 3) изучение механизмов исторической преемственности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность понимать движущие силы и закономерности исторического процесса; события и процессы экономической истории; место и роль своей страны в истории человечества и в современном мире;
- владение культурой мышления, умение оперировать полученными знаниями, самостоятельно извлекать их из исторических источников, анализировать и оценивать факты, явления, события, раскрывать причинно-следственные связи между ними

Философия

Целью освоения учебного курса «Философии» состоит в том, чтобы способствовать формированию целостного мировоззрения выпускника вуза квалификации бакалавра, его ориентации на общечеловеческие ценности и развитие методологической культуры, совершенствования его аналитических способностей, умения ориентироваться в проблемном поле различных философских концепций и установок.

Задачи курса:

- 1) развитие методологической культуры, совершенствования аналитических способностей;
- 2) изучение и анализ проблемного поля различных философских концепций и установок,
- 3) формирование представлений о научных, философских и религиозных картинах мироздания, сущности, назначении и смысле жизни человека, о многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенностях функционирования знания в современном обществе;

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии
- знание и понимание законов развития природы, общества и мышления
- способность занимать активную гражданскую позицию
- умение анализировать и оценивать исторические события и процессы
- владение культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь

Иностранный язык

Целью изучения дисциплины «Иностранный язык» является формирование коммуникативной языковой компетенции, которая состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов.

Задачи курса:

- 1) знать:
 - лексику, фонетику и грамматику изучаемого языка

- различные типы чтения страноведческой, общеэкономической и специальной литературы
- реестр коммуникативных намерений (информирование, пояснение, уточнение, совет, аргументирование, инструкция, иллюстрирование и др.)

– правила и нормы использования иностранного языка в различных типовых ситуациях общения

- виды деловой корреспонденции и их отличия
- типы, стили и стратегии переговоров

2) уметь:

- вести диалог/беседу по содержанию прочитанного или прослушанного текста;
- передать сообщение информации страноведческого, общеэкономического и специального характера;

– фиксировать информацию, полученную при чтении (составление планов, тезисов, аннотаций, рефератов)

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность

Правоведение

Целью изучения дисциплины «ПРАВОВЕДЕНИЕ» является *развитие* личности, направленное на формирование правосознания, общей и правовой культуры, внутренней убежденности в необходимости соблюдения норм права;

выработка позитивного отношения к праву;

воспитание дисциплинированности, уважения к правам и свободам других лиц, демократическим правовым институтам, правопорядку;

формирование общих теоретических знаний о государственно-правовых явлениях, об основных отраслях права, необходимых для эффективного использования и защиты прав и исполнения обязанностей, правомерной реализации гражданской позиции;

формирование способности к сознательному и ответственному действию в сфере отношений, урегулированных правом, в том числе к оценке явлений и событий с точки зрения соответствия закону, к самостоятельному принятию решений.

Задачи курса:

1) знать:

- основные юридические понятия и категории;
- сущность государства и права, их происхождение, функционирование, внутреннюю структуру;

2) уметь:

- объяснять содержание основных понятий и категорий базовых отраслей права, происхождение государства и права, их взаимосвязь, содержание прав, обязанностей и ответственности субъектов как участников гражданских, семейных и других правоотношений;

- характеризовать основные отрасли права;

- различать источники права, субъектов права;

- приводить примеры различных видов правоотношений, правонарушений, ответственности;

- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;

Институциональная экономика

Целью освоения учебной дисциплины *Институциональная экономика*, является изучение теоретических основ институционального анализа и получение практических навыков в

институциональном проектировании и исследовании логики развития экономических организаций.

Задачи курса:

- 1) определение роли различных институтов в структуре современной экономики,
- 2) места институционального анализа наряду с другими методами анализа положения организации;
- 3) изучение методов институционального проектирования.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность занимать активную гражданскую позицию
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
- способность к экономическому образу мышления

Математика

Целью курса является освоение важнейших математических понятий и методов, направленное на развитие логического мышления, необходимого для изучения профессиональных дисциплин и на развитие способностей строить математические модели принятия решений.

Задачи курса:

- 1) знать основные понятия и инструменты алгебры и геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики; основные математические модели принятия решений
- 2) уметь решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений;
- 3) использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования

Статистика

Целью изучения дисциплины «СТАТИСТИКА» является знакомство студентов с системой статистических показателей, отражающих состояние и развитие экономики и социальной сферы общества.

Задачи курса :

- 1) Изучение соответствующей в РФ системы показателей статистики, характеризующих состояние и развитие экономики;
- 2) Обучение студентов практическому применению методов статистического исследования при изучении явлений и процессов общественной жизни;
- 3) Развитие навыков работы с данными статистики и использование разнообразных источников статистической информации.

Изучение данного курса закладывает основу для дальнейшего изучения других экономических дисциплин, использующих статистические методы и методологию исчисления статистических показателей.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования

Методы принятия управленческих решений

Целью освоения учебной дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является формирование компетенций, направленных на формирование у студентов современных, систематизированных и целостных представлений об управленческих решениях, как системе разработки и реализации социально-экономической политики фирм и корпораций в условиях конкуренции и высокой степени динамичности функционирования на кратко- и долгосрочный периоды, исходя из научных методов оценки их собственного потенциала, состояния рынка, обеспеченности соответствующими ресурсами, подготовки и профессионализма кадров, а также других значимых факторов.

Задачи курса:

- 1) Знать классификацию управленческих решений;
- 2) знать требования, предъявляемые к качеству управленческих решений;
- 3) знать принципы принятия и реализации управленческих решений.
- 4) знать теоретические концепции управленческих решений;
- 5) знать методологические основы разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях нестабильной, изменяющейся среды;
- 6) знать методологию диагностики предприятия для выявления проблемных ситуаций;
- 7) знать методику формирования стратегии фирмы и алгоритм ее реализации;

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения

- умение находить организационно управленческие решения и готовностью нести за них ответственность

- владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования

- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели

Информационные технологии в менеджменте

Целью освоения учебной дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» является формирование навыков управления современным бизнесом

Задачи курса:

- углубление теоретических знаний в области управления человеческими ресурсами;
- приобретение навыков лидерства в управлении компанией, персоналом, проектам;
- умения принимать эффективные решения в рамках стратегического и оперативного управления деятельностью предприятия;
- умения принимать эффективные решения по отбору, найму и оценке персонала.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- 1) Знание базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии

- 2) Владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
- 3) Владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- 4) Владение методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения
- 5) Способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
- 6) Владение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления

История управленческой мысли

Целью освоения учебной дисциплины «Информационные системы в менеджменте» является формирование компетенций, направленных на: углубление теоретических знаний об информационных технологиях, принципах автоматизации менеджмента

Задачи курса:

- углубление теоретических знаний о видах и структуре ИС;
- получение навыков управления современным бизнесом;
- изучение принципов работы баз данных и многомерных хранилищ;
- изучение принципов электронного бизнеса;
- изучение услуг сети интернет.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- владение методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Теория организации

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) *Теория организации* является ознакомление обучающихся с теоретическими и практическими основами управленческой деятельности и формирование у них навыков управления современной организацией.

Задачи курса:

Знать принципы развития и закономерности функционирования организации

Знать типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования

Знать типы организационной культуры

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- Владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций
- Быть способным проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования

Организационное поведение

Целью освоения учебной дисциплины «Организационное поведение» является формирование компетенций направленных на развитие практических навыков, профессиональных методов руководства поведением работников и моделирования отношений в коллективе с учетом практических целей, поставленных организацией

Задачи курса:

- знать роль, функции и задачи менеджера в современной организации
- Знать бизнес- процессы в организации
- Знать принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владение культурой мышления способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановки цели и выбору пути ее достижения
- Способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- Способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность
- Умение использовать нормативно правовые документы в своей деятельности
- Способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды
- Способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций

Маркетинг

Дисциплина Маркетинг включает в себя 3 учебных модуля.

Целями освоения учебной дисциплины Маркетинг, модуль «Основы маркетинга» являются: углубить теоретические знания и приобрести практические навыки управления маркетинговой деятельностью на предприятиях различных сфер экономики. Изучение данной дисциплины способствует формированию: системного представления о роли и особенностях маркетинга, о возможности использования маркетинговых инструментов для обеспечения конкурентоспособности предприятий, роста благосостояния общества и гармонично развитой личности студента.

Задачи модуля:

- знать основные этапы развития маркетинга как науки и профессии;
- знать содержание концепций управления маркетингом на предприятии;
- знать теорию влияния маркетинга на общество;
- знать способы сбора и обработки маркетинговой информации;
- знать основные факторы поведения потребителей;
- знать методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг;
- знать сущность, виды и функции цены;
- знать теорию управления распределением и продвижением товаров

Результатом освоения дисциплины Маркетинг, модуль «Основы маркетинга» является формирование у студентов следующих компетенций:

- иметь представление об основных этапах развития маркетинга как науки и профессии, о роли, функциях и задачах маркетолога в современной организации, о влиянии маркетинга на общество

- уметь анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, владеет теоретическими и практическими подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, имеет представление о принципах, способах и владеет методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации

- владеть методами управления жизненным циклом товаров, инструментарием выведения

на рынок новых товаров, понимает роль и владеет инструментарием управления брендом организации

- владеть основными методами маркетинговых исследований, способен использовать для решения аналитических и исследовательских маркетинговых задач современные технические средства и информационные технологии

- знать типы маркетинговых организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования, умеет анализировать организационную структуру службы маркетинга и разрабатывать предложения по ее совершенствованию

Целью освоения учебной дисциплины Маркетинг, модуль «Основы маркетинговых исследований» является формирование глубоких теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований по методам изучения и прогнозирования рыночных процессов и явлений, получения выводов, необходимых для принятия управленческих решений и разработки соответствующих мероприятий.

Задачи модуля «Маркетинг: основы маркетинговых исследований»:

- понимание важности и значения маркетинговых исследований в деятельности предприятий;

- овладение практическими навыками сбора и обработки и представления информации;

- использование современных компьютерных технологий;

- умение принимать необходимые маркетинговые (управленческие) решения на основе результатов маркетинговых исследований

Результатом освоения дисциплины Маркетинг, модуль «Основы маркетинговых исследований» является формирование у студентов следующих компетенций:

- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией

- способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах

- способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса

- знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг» модуля «Интегрированные маркетинговые коммуникации» является формирование компетенций, направленных на получение студентами теоретических основ маркетинга, рекламной деятельности, мероприятий публичных рилейшнз и стимулирования сбыта, формирование у студентов знаний и навыков для решения исследовательских и прикладных задач маркетинговой деятельности предприятия, в том числе по применению действующего законодательства о рекламе, о мероприятиях по стимулированию сбыта, а также формирования общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Задачи модуля:

- знание теоретических основ маркетинга, рекламной деятельности, мероприятий публичных рилейшнз и стимулирования сбыта;

- знание и умение применить в практической деятельности нормативно-правовую базу маркетинговой деятельности

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с

целью подготовки сбалансированных управленческих решений

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

Финансовый учет

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Финансовый учет» является формирование компетенций, направленных на обеспечение глубоких теоретических и практических знаний в области учета в организациях.

Основные задачами:

- изучение студентами основных нормативных документов, регламентирующих учет в организациях, что помогает понять особенности учетного процесса в организациях;
- изучение основных теоретических учетных категорий, используемых на практике, для лучшей организации системы бухгалтерского учета организации;
- изучение порядка ведения синтетического и аналитического учета, а также подготовки отчетности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- способность планировать операционную (производственную) деятельность организаций
- знание современных концепций организации операционной деятельности и готовность к их применению
- способность применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации
- владение навыками составления финансовой отчетности и осознание влияния различными методам и способами финансового учета на финансовых результатов деятельности организации
- способность оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; имеет навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способность принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета

Управленческий учет

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Управленческий учёт» является формирование компетенций, направленных на обеспечение глубоких теоретических и практических знаний в области бухгалтерского учёта и управления материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами организаций.

Основные задачи:

- изучение студентами основных нормативных документов, регламентирующих правила организации системы учёта и управления всеми видами ресурсов организаций, правила формирования себестоимости выпускаемой продукции (работ, услуг) и что помогает понять роль управленческого учёта в общей системе управления организацией;
- изучение основных элементов себестоимости в разрезе статей затрат и центров ответственности с учётом влияния на финансовый результат деятельности организации;
- изучение основных методов формирования себестоимости выпускаемой продукции (работ, услуг) применяемых в условиях рыночной экономики;
- изучение влияния системы учёта ресурсов организации на её финансовое положение;
- изучение основных правил планирования движения ресурсов организации;
- изучение основных правил бюджетирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала
- способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании
- способность планировать операционной (производственной) деятельности организаций
- иметь представление об экономическом образе мышления
- знать экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли
- уметь применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели

Финансовый анализ

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Финансовый анализ» является формирование компетенций, направленных на обеспечение глубоких теоретических и практических знаний в области финансовой отчетности и ее анализа.

Задачи курса:

- изучение студентами основных принципов составления и подготовки финансовой отчетности;
- изучение порядка представления финансовой отчетности, подготовленной в соответствии национальными стандартами;
- изучение порядка анализа финансовой отчетности, в том числе бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, отчета об изменениях капитала, отчета о движении денежных средств, пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения
- способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений

Безопасность жизнедеятельности

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Безопасность жизнедеятельности» является формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для обеспечения безопасной деятельности человека во всех сферах его обитания

Задачи курса:

- обучение теоретическим основам безопасной жизнедеятельности, изучение теории риска и методов оценки риска и опасности
- изучение основ безопасного взаимодействия человека с окружающей средой

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующей компетенции:

- владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Финансовый менеджмент

Целью курса является ознакомление студентов с теоретическими основами и практическими навыками, необходимыми для управления финансами предприятия.

Задачи курса:

- знать принципы формализации финансовых целей фирм и основные критерии их представления;

- знать и уметь анализировать финансовую документацию предприятий, методы ее составления и контроля;
- знать методологию и основные приемы финансового анализа и планирования финансового состояния и риска предприятий;
- знать сущность и способы расчета изменений стоимости денег во времени;
- знать методы инвестиционного проектирования;
- знать принципы управления портфелем ценных бумаг фирмы;
- знать основные приемы управления капиталом, активами и стоимостью предприятия.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала
- способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений

Управление человеческими ресурсами

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами» является формирование компетенций, направленных на профессионально-личностную способность использовать системный подход к управлению человеческими ресурсами организации.

Задачи курса:

- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.
- умением устанавливать контакт с людьми
- умением слушать, вести беседу; способность учитывать эмоциональное состояние собеседника

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
- стремление к личностному и профессиональному саморазвитию
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач
- способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды
- способность участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- владение современными технологиями управления персоналом
- умение консультировать по вопросам управления персоналом сотрудников и линейных руководителей
- применение практики работы с персоналом, исключающей все виды дискриминации; следование принципам уважения человеческого достоинства; честность, открытость, справедливость, порядочность, доброжелательность, терпимость
- умение поддерживать комфортный морально-психологический климат в компании, корпоративную культуру
- знание методик разработки организационной и функционально-штатной структуры персонала
- знание методик расчета необходимой численности и профессионального состава персонала
- умение разрабатывать внутреннюю кадровую документацию и учетные формы, работать со штатным расписанием и штатной расстановкой; знание требований к обеспечению защиты персональных данных сотрудников
- владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность подбора персонала
- знание методов и инструментов подбора персонала и умением применять их на практике; знанием и умением

работать с каналами привлечения персонала

- знание методов отбора кандидатов и умением применять их на практике

Стратегический менеджмент

Целью освоения учебной дисциплины стратегический менеджмент является формирование компетенций, направленных на способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Задачи курса:

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента
- знание экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента

знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли

Корпоративная социальная ответственность

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) **Корпоративная социальная ответственность** является формирование у студентов представления о развитии корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Задачи курса:

- знать об этических последствиях принимаемых управленческих решений, нравственных аспектах деятельности менеджера, прагматическом значении программ социальной ответственности для повышения инвестиционной привлекательности и роста капитализации компаний в условиях обостряющейся конкуренции.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность занимать активную гражданскую позицию
- владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- способность находить организационно - управленческие решения и готов нести за них ответственность
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы

Инвестиционный анализ

Цель освоения дисциплины: изучение методов анализа эффективности инвестиционных проектов.

Задачи курса:

- понимание особенностей анализа различных видов инвестиций,
- получение навыков инвестиционного анализа при разработке и реализации бизнес-планов, стратегии развития предприятия.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих

компетенций:

- способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
- способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования
 - понимание роли финансовых рынков и институтов, способность к анализу различных финансовых инструментов

Физическая культура и спорт

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА является формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для овладения самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья способных обеспечить полноценную социальную и профессиональную деятельность индивида.

Задачи курса:

- иметь представление о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека,
- приобрести личный опыт использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- выработать приверженность этическим ценностям и здоровому образу жизни

Экономическая теория

Целью курса является формирование у студентов экономического образа мышления. Переход России к регулируемой рыночной экономике требует подготовки специалистов с новым типом экономического мышления, понимающих экономические закономерности функционирования рыночного механизма и теоретические основы государственного регулирования экономики, владеющих методами экономического анализа

Задачи курса :

- познание экономических категорий, принципов и законов;
- анализ различных экономических теорий и моделей;
- овладение общетеоретическими методами экономического исследования;
- умение применять теоретические знания для объяснения реальных экономических процессов;
- выяснение особенностей развития российской экономики и возможностей использования различных экономических теорий и моделей.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в области макроэкономики
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления
- знание экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строительство экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей

Социология

Цель курса – изучение закономерностей функционирования и развития общества, социальных институтов, личности, взаимодействия общества и личности.

Задачи курса:

- знать основы мировоззрения личности.
- знать и понимать законы развития природы, общества и мышления

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
- способность применять методы анализа изучаемых явлений, процессов и проектных решений

Психология

Целью освоения учебной дисциплины «Психология» является систематизация межпредметных знаний на основе базисных понятий психологии и освоение алгоритмов разработки эффективных индивидуальных траекторий самопознания, саморазвития, коммуникативных стратегий, работы в коллективе.

Задачи курса:

- знать теоретические положения и понятийный аппарат психологии
- знать психологические особенности человека
- знать психологические закономерности группового поведения

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности стремление к личностному и профессиональному саморазвитию
- способность анализировать социально значимые проблемы и процессы

Информатика

Целью освоения учебной дисциплины *Информатика* является формирование компетенций, направленных на создание у студентов целостного представления об информации, информационных процессах, информационных системах и технологиях обработки данных, о роли информатики и месте информатики в современном обществе.

Задачи курса:

- раскрытие возможности информационного подхода к исследованию социально-экономических систем;
- формирование базового уровня владения стандартными технологиями обработки и анализа данных в управлении и принятии решений, определенного уровня культуры в информационной деятельности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих

компетенций:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- иметь представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний
- иметь представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией

Эконометрика

Целью освоения учебной дисциплины Эконометрика является владение возможностями ориентации в сфере информации, ее сбора и анализа, а также формулирования выводов и построения прогнозов

Задачи курса:

- развитие у студентов способностей к оцениванию конкретной социально-экономической ситуации, постановке задачи, разработке целей, этапов и выбору методов ее решения;
- укрепление навыков теоретико-логического и научно-исследовательского мышления, применения их в сфере математического и социально-экономического анализа;
- формирование интересов и умений к самостоятельному освоению математических методов исследования экономических явлений и процессов.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
- способность выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления

Введение в маркетинг

Целью курса является формирование у слушателей представления о сущности, роли и инструментах маркетинга для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке.

Задачи курса :

- сформировать понимание значения маркетинга для обеспечения устойчивого конкурентного преимущества компании на рынке;
- раскрыть содержание основных этапов развития маркетинга в России и за рубежом;
- дать представление об основных понятиях и инструментах маркетинга.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- имеет представление об основных этапах развития маркетинга как науки и профессии, о роли, функциях и задачах маркетолога в современной организации, о влиянии маркетинга на общество
- владеет современным инструментарием маркетинга, умеет ставить и решать задачи операционного маркетинга

Профессиональная адаптация

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Профадаптация» является формирование компетенций управления маркетингом

Задачи курса:

- адаптация будущих выпускников в рыночной экономике,
- актуализация личностного потенциала для обеспечения эффективности своей профессиональной деятельности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
 - способность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
 - способность критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
 - осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

Иностранный язык профессионального общения

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) ENGLISH APTECH является формирование целостного представления о теории и практике владения разговорным английским языком на уровне соответствующем первоначальным знаниям студента (Beginners, Intermediate, Upper-Intermediate).

Основными задачами курса:

- знакомство с теорией и практикой английского делового языка в ситуациях повседневного и делового общения;
- овладение системой методологических и методических знаний;
- изучение и использование на практике тематик, связанных с разговорным общением на английском языке;
- изучение и использование на практике правил и норм делового общения на английском языке в сфере деловой коммуникации.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- владением одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность

Профессиональный иностранный язык

Целью освоения учебной дисциплины «Профессиональный иностранный язык» является формирование коммуникативной языковой компетенции, состоящей из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов, и ее реализация в различных видах речевой деятельности, как в устной, так и письменной форме.

Задачи курса:

использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать путей её достижения
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения

культурного уровня, профессиональной компетентности

- критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
- осознать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны

Рекламная деятельность

Целью курса является изучение особенностей индустрии рекламы на российском и зарубежных рынках, основных тенденций в практическом рекламном менеджменте, анализ мирового практического опыта и формирование практических знаний в области разработки, внедрения и оценки эффективности рекламных кампаний, соответствующих современным мировым требованиям.

Задачи курса:

- суть и основные формы рекламной деятельности: особенности видов рекламной деятельности;
- основные понятия медиапланирования в рекламной деятельности;

основные проблемы, связанные с определением эффективности рекламной деятельности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- способность управлять каналами распределения
- знакомство с системой маркетинговых коммуникаций
- иметь представление о сущности и основных направлениях рекламной деятельности предприятия, владеет методами управления рекламной деятельностью предприятия

Маркетинг продаж

Цель курса: изучение теоретических аспектов в области управления продажами и повышения конкурентоспособности предприятий с помощью инструментов маркетинга.

Задачи курса: приобретение теоретических знаний и практических навыков в области организации процесса продажи, анализа влияния основных инструментов маркетинга на повышение эффективности продаж, планирования и прогнозирования продаж, а также изучение и возможность практического применения современных маркетинговых методов повышения эффективности продаж.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, обладать навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний; быть способным выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение

иметь представление о сущности, субъектах и объектах коммерческой деятельности, формах взаимодействия продавца и покупателя.

знаком с особенностями розничной торговли, владеет методами ценовой и ассортиментной политики, технологиями розничной продажи товаров

Поведение потребителей

Целью курса является формирование у слушателей знаний и навыков использования факторов и моделей поведения потребителей для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке.

Задачи курса :

сформировать понимание значимости управления факторами и этапами поведения потребителей для обеспечения устойчивого конкурентного преимущества компании на рынке;
раскрыть содержание внутренних и внешних факторов поведения потребителей;
выявить сущность и этапы потребительского поведения;
определить особенности покупательского поведения организаций.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
- умение анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, владеет теоретическими и практическими подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, имеет представление о принципах, способах и владеет методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации
- иметь представление об основных факторах поведения потребителей, способен к управлению поведением потребителей на всех этапах процесса принятия потребительского решения

Конъюнктура мировых товарных рынков

Цель курса - изучение закономерностей и тенденций развития международной торговли товарами и услугами, механизма ценообразования на мировых рынках и факторов динамики мирового производства, потребления и цен.

Задачи курса сводятся к изучению: методики конъюнктурного исследования мировых рынков товаров и услуг, ситуации на мировых рынках товаров экспортной и импортной специализации России и Урала, источников информации о конъюнктуре зарубежных рынков.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления

Искусство презентаций и ведение деловых переговоров

Целью курса является знание типов маркетинговых организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования, умеет анализировать организационную структуру службы маркетинга и разрабатывать предложения по ее совершенствованию

Задачи курса:

- знать основные законы и правила подготовки публичных выступлений;
- знать и уметь владеть основами аргументации;
- знать закономерности использования риторических приёмов в публичных выступлениях;
- знать принципы построения публичных выступлений и особенности невербальных коммуникаций

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- знать базовые ценности мировой культуры и готов опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии
- уметь умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- знать информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний

Маркетинг взаимоотношений

Цель курса - является формирование у студентов представления об основах теории и практики маркетинга взаимоотношений, а также формирование и усвоение практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений клиентоориентированной фирмы.

Задачи курса:

- Знать основные методики оценки удовлетворенности клиентов;
- Знать основные методы определения ценности клиентов;
- Знать и методы проведения оценки и организации программы повышения лояльности клиентов;
- Знать стратегические принципы маркетинга взаимоотношений на различных рынках (B2B, B2C, C2C);
- Знать стратегии управления взаимоотношениями с клиентами и области их применения;
- Знать особенности маркетинга взаимоотношений в сетевой экономике

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
- умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, владеет теоретическими и практическими подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, имеет представление о принципах, способах и владеет методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации
- владеет современным инструментарием маркетинга, умеет ставить и решать задачи операционного маркетинга

Международный маркетинг

Целью освоения учебной дисциплины «Международный маркетинг» является формирование компетенций, направленных на обучение студентов теоретическим основам и практическим методам воздействия на процессы обмена в международной торговле, ознакомление с национальными и культурными особенностями покупательского поведения и использования инструментов маркетинга для анализа и прогнозирования развития международных рынков, стратегий выхода на внешние рынки и продвижения продукции.

Задачи курса:

иметь представление о содержании международного маркетинга, его роли и месте в коммерческой деятельности на международных рынках;

- основные принципы исследования и сегментирования международных рынков;
- формирования стратегий освоения международных рынков;
- формирования комплекса маркетинга на внешнем рынке;

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- знание сущности теории глобализации и особенностей конкуренции на глобальных рынках
- имеет представление об особенностях международного маркетинга
- умеет проводить маркетинговые исследования на мировых рынках

Управление маркетингом

Целью курса является овладение студентами знаниями и практическими навыками по управлению тактической и стратегической маркетинговой деятельностью организации.

Задачи курса:

- выявить роль управления маркетингом в организации,
- изучить особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях, организационное и финансовое обеспечение, стратегическое планирование, методы контроля и оценки эффективности управления маркетингом в организации.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

- иметь представление об основных этапах развития маркетинга как науки и профессии, о роли, функциях и задачах маркетолога в современной организации, о влиянии маркетинга на общество

- уметь анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, владеет теоретическими и практическими подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, имеет представление о принципах, способах и владеет методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации

- знать типы маркетинговых организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования, умеет анализировать организационную структуру службы маркетинга и разрабатывать предложения по ее совершенствованию

Маркетинговые исследования

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» является формирование глубоких теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований по методам изучения и прогнозирования рыночных процессов и явлений, получения выводов, необходимых для принятия управленческих решений и разработки соответствующих мероприятий.

Задачи курса:

- понимание важности и значения маркетинговых исследований в деятельности предприятий;

- овладение практическими навыками сбора и обработки и представления информации;

- использование современных компьютерных технологий;

- умение принимать необходимые маркетинговые (управленческие) решения на основе результатов маркетинговых исследований

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией

- способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах

- способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса

- знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли

Управление внешнеторговыми перевозками

Цель курса - является изучение вопросов стратегии, а также раскрытие задач

внешнеэкономической деятельности России в условиях функционирования Таможенного союза и Единого экономического пространства в рамках ЕврАзЭС и присоединения к Всемирной торговой организации. Формирование у студентов целостного представления об организации внешнеторговых перевозок, развитии международных транспортных коридоров и транспортно-логистических центров, углублении международной и региональной экономической интеграции, унификации и гармонизации таможенного законодательства.

Задачи курса:

- Изучение международных и национальных нормативных правовых документов в своей деятельности;
- Изучение сущности, видов и функций цены, владения методами ценообразования на международных рынках;
- Изучение и анализ методов управления международными каналами распределения товаров.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- знание и умение использовать основные нормативные правовые документы в своей деятельности
- владение инструментарием организации внешнеторговой деятельности предприятия

Маркетинг инвестиционных товаров

Цель курса - изучение особенностей рынка инвестиционных товаров, сущности применимых на нём инструментов маркетинга, касающихся поведения покупателей и продавцов на данном рынке, методик исследования и управления спросом, установления цен и т.п.

Задачи курса :

- изучение основных характеристик рынка продукции (товаров) инвестиционного назначения;
- изучение информационной системы обеспечения экономической деятельности и особенностей рыночных исследований на рынках данного типа;
- анализ покупательского поведения на рынке инвестиционных товаров;
- анализ процесса совершения закупок;
- ценообразование на рынке инвестиционных товаров;
- маркетинговые коммуникации на рынке инвестиционных товаров;
- изучение особенностей организации маркетинговой деятельности организаций, работающих на рынке инвестиционных товаров и их поведения;
- изучение особенностей организации коммерческой работы на рынках инвестиционных товаров в разных странах мира.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- владение современным инструментарием маркетинга, умеет ставить и решать задачи операционного маркетинга
- иметь представление о специфике маркетинга инвестиционных товаров

Маркетинг услуг

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг услуг» является формирование глубоких теоретических и практических знаний в области изучения особенностей рынка услуг, сущности применяемых инструментов маркетинга, способствующих адаптации предприятий сферы услуг к постоянно меняющимся факторам внешней среды, разработки маркетинговых стратегий организаций

Задачи курса :

- знать особенности рынка услуг;
- знать и уметь анализировать специфику маркетинговой и коммерческой деятельности на рынках услуг, в том числе инструментарий маркетинга, применяемого на предприятиях сферы услуг

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее организацию
- Учитывает аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации
- Имеет представление об особенностях маркетинга услуг

Культура речи

Целью освоения учебной дисциплины «Культура речи» является формирование компетенций, направленных на совершенствование языковой компетенции студента.

Задачи курса:

- знать основные понятия лингвистики, рассмотреть языковую норму, осмыслить ее роль в становлении и функционировании литературного языка;
- знать и уметь применить нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи;
- знать стилистическое расслоение современного русского языка, изучить функциональные стили литературного языка

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- умение различать тексты по их принадлежности к стилям, анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности;
- умение продемонстрировать навыки создания текстов научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов;
- приобретение навыков подготовки к ораторскому выступлению.

Политология

Цель курса - формирование политической культуры специалиста, повышение уровня гуманитарной подготовки, способности к самостоятельному анализу и осмыслению политических явлений и процессов на основе овладения знаниями, отражающими предметное поле политической науки

Задачи курса:

- изучение предмета, методов политологии, современных подходов к изучению политики как социальной системы; сущности и взаимосвязь политических явлений, механизма функционирования власти, природы и сущности мировой политики; характера и направления развития политических процессов;
- изучение основных закономерностей и форм политического поведения, политической социализации, формирования политической культуры личности и политического сознания;
- анализ особенностей политического развития современной России и тенденций мирового политического процесса.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации

Коммерческая деятельность

Целью курса является изучение особенностей организации коммерческой деятельности на промышленных предприятиях, предприятиях оптовой, розничной торговли и сферы услуг.

Задачи курса:

- знать информационно-методическое обеспечение коммерческой деятельности
- знать технологию формирования товарного ассортимента и способы ее оптимизации
- знать порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками
- знать виды товарных запасов
- уметь применять методы стимулирования сбыта

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- уметь находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею
- уметь оценивать экономические и социальные условия существования предпринимательской деятельности

Ценообразование

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Ценообразование» является получение и закрепление студентами теоретических знаний и практических навыков в области рыночного ценообразования,

Задачи курса:

- знание и владение ценовыми инструментами, методами грамотной ценовой политики основанных на знании сущности цен, их рыночных взаимосвязей и зависимостей, закономерностей поведения.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- Знание экономических основ поведения организаций, владение информацией о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли
- Умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга

Теория игр

Целью освоения учебной дисциплины **Теория игр** является формирование компетенций, направленных на:

- *воспитание* математической культуры, как составной части общекультурных ценностей человека;
- *развитие* у студентов логического, игрового и вероятностного мышления, умения строго излагать свои мысли;
- *формирование* навыков решения профессионально-ориентированных задач на основе соответствующих математических методов;
- *формирование* способностей к самостоятельному освоению экономико-математических методов, а также приемов моделирования на основе теоретико-игровых и теоретико-вероятностных моделей.

Задачи курса:

- основные понятия, идеи и факты теории игр;
- основные методы решения задач теории игр, а также соответствующих прикладных задач;
- основы теории игр, необходимые для решения экономико-управленческих задач.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии

управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели

- быть способным выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления

Информационные системы в менеджменте

Целью освоения учебной дисциплины «Информационные системы в менеджменте» является углубление теоретических знаний об информационных технологиях, принципах автоматизации менеджмента

Задачи курса:

- углубление теоретических знаний о видах и структуре ИС;
- получение навыков управления современным бизнесом;
- изучение принципов работы баз данных и многомерных хранилищ;
- изучение принципов электронного бизнеса;
- изучение услуг сети интернет.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- владение методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Математика финансовых операций

Целью освоения учебной дисциплины **Математика финансовых операций** является формирование компетенций, направленных на:

- *воспитание* математической культуры как составной части общекультурных ценностей человека;
- *развитие* у студентов логического и алгоритмического мышления, умения строить математические модели потоков платежей и инвестиций;
- *формирование* навыков решения типовых практико-ориентированных задач, связанных с расчетами доходности и эффективности финансово-кредитных операций.

Задачи курса:

- знать правила начисления простых, сложных, смешанных и непрерывных процентов;
- знать понятия «номинальная процентная ставка» и «эффективная процентная ставка»;
- знать методы дисконтирования денежных величин, понятие их эквивалентности;
- знать правила выполнения расчетов по учету векселей;
- знать методы расчета валютных операций, в том числе – с учетом инфляции;
- знать правила и алгоритмы нахождения ключевых характеристик потоков платежей с постоянными и переменными платежами;
- знать методы оценки эффективности инвестиционных проектов;
- знать методику расчета планов погашения кредитов различных типов.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих

компетенций:

- владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
- умение выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления

Концепции современного естествознания

Целью освоения учебной дисциплины «Концепции современного естествознания» является формирование компетенций, направленных на развитие научного мировоззрения, представления о современной картине мира, приобретение фундаментальных знаний и овладение основными приемами и методами познавательной деятельности как основой будущей профессиональной деятельности.

Задачи курса:

- сущность методологии науки;
- историю основных естественнонаучных открытий и новейших открытий в естествознании;
- естественнонаучные концепции, общепринятые в современной науке;
- возможности использования естественнонаучных достижений в различных сферах.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- знание и понимание законов развития природы, общества и мышления и умение оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности
- владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования

Деловое общение

Целью курса является формирование компетенций, направленных на эффективное решение социальных и профессиональных задач в процессе делового общения

Задачи курса:

- знать психологические основы делового общения
- знать специфику делового общения
- уметь критически оценивать и корректировать свои достоинства и недостатки

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- готовность к кооперации с коллегами, работающими в коллективе
- способность эффективно организовать групповую работу на основе знаний процессов групповой динамики и принципов формирования команды

Конфликтология

Целью курса является формирование у студентов компетенций направленных на эффективное управление персоналом предприятия или организации

Задачи курса:

- Знать причины и виды конфликтов, методы их предупреждения и разрешения;
- знать типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования
- уметь анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- уметь управлять социальными службами в сфере социальной работы

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

способность к снижению уровня конфликтности в социальных сообществах, укреплению их стабильности и бесконфликтности взаимодействий;

способность к организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности, обеспечивающей эффективное управление социальными службами;

способность к обоснованию и отстаиванию заключений и выводов, осознанию ответственности за результат принятых профессиональных решений;

способность к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Медиапланирование

Целью курса является знакомство с основными инструментами рынка медианосителей и с методами планирования, организации и оценки эффективности мероприятий по медиапланированию, с особенностями процесса создания и реализации медиаплана в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Задачи курса:

- Знать содержание коммуникативного процесса и его составляющие;
- знать основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли

имеет представление о сущности и основных направлениях рекламной деятельности предприятия, владеет методами управления рекламной деятельностью предприятия

Управление изменениями

Целью освоения учебной дисциплины является формирование компетенций, направленных на развитие у студентов основных управленческих навыков, связанных с возможностью применения знаний об основных закономерностях организационных изменений, технологиях и методах их проведения осуществлять выбор подходов к управлению изменениями в конкретных организациях.

Задачи курса:

Формирование понимания необходимости и неизбежности изменений, непрерывного характера изменений, движущих сил проводимых изменений в организации;

Изучение методологических основ управления организационными изменениями как постоянным процессом осознания, предвидения и побуждения организации в целом и каждого ее работника к жизненно важным переменам, влияющим на их будущее развитие;

Формирование практических навыков принятия решений в определенных ситуациях организационных изменений.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность находить организационно - управленческие решения и готов нести за них ответственность

- способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности
- способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования
- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
- готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способен преодолевать локальное сопротивление изменениям

Копирайтинг и нейминг

Целью освоения учебной дисциплины «Копирайтинг и нейминг» является овладение технологией креативной и аналитической деятельности в области рекламы и PR.

Задачи курса:

- формирование умений и навыков анализа современного состояния мирового и отечественного рынка рекламы, его перспективных направлений и проблем развития;
- изучение специфики построения разных видов и жанров рекламных и PR-текстов;
- поуровневое описание характерных языковых черт рекламных текстов;
- формирование представления о стратегиях создания рекламных наименований – имен брендов;
- усвоение приемов творческого генерирования идей и воплощения их в рекламных и PR-текстах с учетом национально-культурной и языковой специфики аудитории.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владеть культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- иметь представление об основных факторах поведения потребителей, способен к управлению поведением потребителей на всех этапах процесса принятия потребительского решения

Основы web-дизайна

Целью освоения дисциплины является: научить студентов технологии проектирования веб-сайтов и интернет программирования; развития творческих способностей, художественной образности мышления.

Задачи курса:

- иметь представление о программировании
- знать основы проектирования сайтов и технологии проектирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- стремится к личному и профессиональному саморазвитию
- имеет представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией

Бренд-менеджмент

Цель курса - освоения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» является ознакомление студентов с основами теории и практики бренд-менеджмента, и формирование представления о современных тенденциях развития российского и западного брендинга.

Задачи курса :

- Знание истории возникновения и развития феномена бренда;
- Анализ современных российских и зарубежных тенденций развития брендинга;
- Знание правовых аспектов брендинга,
- Знание основных этапов и приемов разработки эффективного бренда

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировании и осуществлении мероприятий, направленных на ее реализацию
- способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.)
- знание содержания маркетинговой концепции управления, владение методами разработки и реализации маркетинговых программ

Антикризисное управление

Целью освоения учебной дисциплины «Антикризисное управление» является формирование компетенций, направленных на способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений

Задачи курса:

- умение оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
- Готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям
- Владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- Умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели

Интернет-маркетинг

Целью изучения курса является изучение научно-обоснованных способов и методов становления и развития маркетинга в сфере интернета.

Задачи курса:

- изучение подходов к выбору маркетинговых исследований для оценки эффективности бизнеса в интернете

- знание специфики организации маркетинговой деятельности предприятий различных сфер деятельности, специфики продвижения интернет ресурсов.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих

компетенций:

- способность находить организационно - управленческие решения и готовность нести за них ответственность
- способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности
- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Компьютерные технологии в маркетинге

Целью курса является освоение компетенций, направленных на освоение теоретических и формирование практических навыков в создании и применении информационных технологий для решения маркетинговых задач в экономических системах

Задачи курса:

- знать современные уровни автоматизации решения задач в маркетинговой деятельности
- знать базовые программные средства информационных технологий в маркетинге
- уметь применять современные программные средства для обработки маркетинговой информации

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- владеть методами и программными средствами обработки деловой информации
- владеть основными методами маркетинговых исследований, иметь способность использовать для решения аналитических и исследовательских маркетинговых задач современные технические средства и информационные технологии

Логистика

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области методов логистического управления

Задачи курса:

- знать сущность логистики, ее цели и задачи, объект и предмет
- уметь моделировать элементы логистических систем
- уметь управлять логистическими процессами компаний

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
- знание современной системы управления качеством и обеспечение конкурентоспособности
- умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею

Бизнес-планирование

Целью курса является формирование у студентов комплекса базовых знаний и практических навыков, необходимых для разработки бизнес-плана.

Задачи курса:

- знать алгоритм разработки бизнес-плана
- уметь создавать бизнес-план предприятия
- уметь рассчитать основные финансовые показатели эффективности запуска идеи
- уметь презентовать бизнес-проект для его финансирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих

компетенций

- способность к экономическому мышлению
- знание экономических основ поведения организации
- владение техниками финансового планирования и прогнозирования
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

Лидерство

Целью курса является усвоение сущности и методов научного подхода к теоретическому и практическому решению проблем лидерства в организациях, приобретение знаний и развитие навыков делового коммуникативного общения, необходимого менеджеру.

Задачи курса:

- знать базовые ценности мировой культуры и готов опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии
- знать и понимает законы развития природы, общества и мышления и умеет оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности
- уметь анализировать и оценивать исторические события и процессы

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владеет культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- стремится к личностному и профессиональному саморазвитию
- умеет критически оценивать личные достоинства и недостатки
- осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
- понимает роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний

Товароведение и экспертиза

Цель преподавания дисциплины сводится к формированию специалиста высшей квалификации, в результате изучения курса студент овладевает необходимыми теоретическими и практическими знаниями по вопросам товароведения и экспертизы вкусовых товаров с дальнейшим использованием их в процессе профессиональной деятельности.

Задачи курса:

- изучить классификацию и ассортимент вкусовых товаров; факторы, формирующие качество (особенности производства, упаковку, условия хранения и транспортирования); пищевую ценность и химический состав; особенности сертификации товаров данной группы;
- уметь провести экспертизу вкусовых товаров (идентификация и фальсификация, соответствие требованиям нормативно-технической документации и др.).

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- уметь использовать нормативные документы в своей деятельности
- готов участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций
- знает современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности

Бухгалтерский учет

Целью изучения курса является формирование у студентов прочной основы для получения

фундаментального экономического образования.

Задачи курса:

- уяснить значение бухгалтерского учета, как основного источника достоверной информации, необходимой для успешного управления предприятием
- знать основные методы ведения бухгалтерского учета и отчетности
- приобретение навыков составления отчетности, ведения бухгалтерского баланса

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- способность анализировать бухгалтерскую отчетность и принимать обоснованные решения
- способность проводить анализ финансовой деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений

Управление проектами

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студента системы знаний об управлении проектами, его эффективном применении для обеспечения высокой конкурентоспособности организации в современных экономических условиях; освоение современных технологий управления проектами; получение практических навыков инициации, планирования, контроля и завершения проектов, в том числе, с использованием программных продуктов.

Задачи курса:

- способствовать формированию у студентов широкого представления о том, какие бывают проекты, по каким признакам они различаются и как ими управляют;
- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления проектами;
- продемонстрировать на практических примерах решение ряда практических задач, встречающихся при управлении проектами (оценка финансовой привлекательности проекта, составление должностных инструкций участникам проекта, составление плана реализации бизнес-проекта и т.д.);
- содействовать самостоятельной работе студентов в области управления проектами, которая позволит им отработать практические навыки планирования и управления проектами.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения
- готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций
- способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования
- способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.)

РАЗДЕЛ 5. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

Раздел основной профессиональной образовательной программы бакалавриата "Практика" является обязательным и представляет собой вид учебных занятий,

непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Программы практик содержат:

- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

5.1 ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ)

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг» проводится с целью: закрепления, расширения и углубления полученных теоретических знаний; изучения методических, инструктивных и нормативных материалов и специальной литературы; отработки полученной в ходе обучения и учебной практики информации. Программа учебной практики прилагается.

5.2 ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности для студентов бакалавров 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг» проводится в два этапа на втором и третьем курсах обучения (очная форма обучения) и на втором курсе (заочная форма обучения) с целью закрепления и углубления теоретических знаний, приобретения студентами практического опыта управленческой, производственной работы по своей направленности. Программы производственной практики (части 1,2) прилагаются.

5.3 ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Производственная (преддипломная) практика является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентами теоретического курса. К прохождению практики допускаются студенты, прослушавшие теоретический курс и успешно сдавшие все предусмотренные учебным планом формы контроля (экзамены, зачеты и курсовые работы), прошедшие все виды практик, имеющие утвержденную тему выпускной квалификационной работы и научного руководителя. Программа производственной (преддипломной) практики прилагается.

РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или программе практики включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации прилагаются.

6.2 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы для государственной итоговой аттестации представлены в программе ГИА (приложение 11).

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

7.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом направления 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профиля) «Маркетинг» студенты выполняют курсовые работы по следующим дисциплинам:

- 1) Маркетинг;
- 2) Маркетинговые исследования
- 3) Маркетинг продаж
- 4) Управление маркетингом

Методические рекомендации по выполнению курсовых работ прилагаются.

7.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ прилагаются.

РАЗДЕЛ 8. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Программа государственной итоговой аттестации включает:

- I. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения (методические рекомендации по выполнению выпускных квалификационных работ);
- II. Критерии оценки защиты выпускных квалификационных работ;
- III. Оценочные материалы.
- IV. Приложения.