

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 россиян.

Задачи курса:

- 1) понимание закономерностей и особенностей истории России с древнейших времен и до наших дней в контексте всемирной и европейской истории;
- 2) приобщение студентов к социальному опыту, духовным, нравственным, культурным ценностям предшествующих поколений россиян.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

Философия

Цель курса – способствовать формированию целостного мировоззрения выпускника вуза квалификации бакалавра, его ориентации на общечеловеческие ценности и развитие методологической культуры, совершенствование его аналитических способностей, умения ориентироваться в проблемном поле различных философских концепций и установок.

Задачи курса:

- 1) развитие методологической культуры,
- 2) совершенствование аналитических способностей, умения ориентироваться в проблемном поле различных философских концепций и установок.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Иностранный язык

Цель курса – формирование коммуникативной языковой компетенции, которая состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов.

Задачи курса:

- 1) ознакомление с теоретическими основами построения устной и письменной речи на иностранном языке;
- 2) предоставление возможности практического освоения навыков строить устную и письменную речь на иностранном языке в сфере профессиональной коммуникации.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- способность к самоорганизации и самообразованию;

Экономическая теория

Цель курса – формирование компетенций, направленных на получение теоретических знаний, аналитических навыков в области экономики, что позволит студенту проводить анализ экономики.

Задачи курса:

- познание экономических категорий, принципов, законов;
- анализ различных экономических теорий и моделей;
- овладение методами микро- и макроэкономического исследования;
- умение применять теоретические знания для объяснения реальных микро- и макроэкономических процессов и принятия практических решений

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Правоведение

Цель курса – 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) формирование общих теоретических знаний о государственно-правовых явлениях, о некоторых отраслях права, необходимых для эффективного использования и защиты прав и исполнения обязанностей, правомерной реализации гражданской позиции;
- 2) привитие навыков работы с нормативно-правовыми актами, информационными правовыми системами;
- 3) развитие личности, направленное на формирование правосознания, общей и правовой культуры, внутренней убежденности в необходимости соблюдения норм права;
- 4) выработка позитивного отношения к праву;
- 5) воспитание дисциплинированности, уважения к правам и свободам других лиц, демократическим правовым институтам, правопорядку;
- 6) 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.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности .
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

– владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

Методы принятия управленческих решений

Цель курса – формирование и развитие компетенций, направленных на получение знаний, в том числе самостоятельно, о комплексной системе управления организацией в современных условиях.

Задачи курса:

- 1) приобретение теоретических знаний в области сущности, видов управленческих решений и моделей их принятия в организациях;
- 2) ознакомление с опытом организаций в принятии эффективных управленческих решений в хозяйственных ситуациях;
- 3) обучение умению самостоятельно ориентироваться в конкретных ситуациях и принятию эффективных управленческих решений в современных условиях;
- 4) освоение навыков анализа и разработки управленческих решений в процессах деятельности организаций.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- Владеть методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- Владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
- Владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

Информационные технологии

Цель курса - получение теоретических знаний по методам анализа экономической информации и овладение практическими навыками в построении моделей при изучении экономических явлений и процессов для управления экономическими объектами

Задачи курса:

- 1) изучение теоретических основ применения информационных технологий в менеджменте;
- 2) формирование навыков применения информационных технологий в менеджменте.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
- способность осуществлять деловое общение, публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- владением навыка анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.

Маркетинг

Цель курса – 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 курса:

- 1) изучение методологических и методических основ маркетинговой деятельности фирмы;
- 2) формирование практических навыков принятия маркетинговых решений в деятельности фирм.
- 3) ознакомление с опытом маркетинговой деятельности зарубежных и отечественных фирм.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений
- способен оценить воздействие макроэкономической среды на функционирование организации 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

Безопасность жизнедеятельности

Цель курса – формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для обеспечения безопасной деятельности человека во всех сферах его обитания.

Задачи курса:

- 1) ознакомление с опасными и вредными факторами системы «человек-среда обитания»;
- 2) овладение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующей компетенции:

- способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций

Управление проектами

Цель курса – 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:

- 1) способствовать формированию у студентов широкого представления о том, какие бывают проекты, по каким признакам они различаются и как ими управляют;
- 2) раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления проектами;
- 3) 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.);

- 4) 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:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- Владеет навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умеет координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ бизнес-организаций (направлений деятельности, продуктов)
- Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации(предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Управление человеческими ресурсами

Цель курса – формирование компетенций, направленных на профессионально-личностную способность использовать системный подход к управлению человеческими ресурсами организации.

Задачи курса:

- 1) изучение основ управления персоналом как курса, сформировавшегося на стыке различных отраслей знания о человеке и труде;
- 2) рассмотрение направлений работы с персоналом на предприятии и оценка их наиболее важных качественных и количественных параметров;
- 3) выявление существенных тенденций и прогнозирование различных процессов в сфере управления человеческими ресурсами;
- 4) рассмотрение процессов управления трудом и развития социально-трудовых отношений на уровне предприятия.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- Способен осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
- Владеет 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
- Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде

Стратегический менеджмент

Цель курса – освоение базовых технологий стратегического менеджмента в условиях нестабильного экономического развития

Задачи курса:

- 1) формирование умений определения стратегических целей фирмы и разработки общей и функциональных стратегий;
- 2) овладение приемами стратегического анализа деятельности фирмы;
- 3) выработка умений применять методы и подходы стратегического менеджмента в деятельности фирмы.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Бизнес планирование

Цель курса – формирование у бакалавров целостного представления о системе бизнес-планирования, как важном направлении в деятельности предприятия, изучение теоретических и практических вопросов по бизнес-планированию, включая методику составления бизнес-плана предприятия и его отдельных (типовых) разделов

Задачи курса:

- формирование понятийного аппарата бизнес-планирования;
- формирование понимания сущности предпринимательской идеи и критерии выбора идей;
- раскрытие содержания разработки бизнес-плана;
- формирование комплексного понимания о ресурсном потенциале предприятия: основные и оборотные средства предприятия, кадровые ресурсы, риски, значимость информации и т.д.
- изучение основных показателей обоснования экономической эффективности бизнес-плана коммерческого мероприятия.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владеет методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения
- способен участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- готов участвовать в реализации программы организационных изменений, способен преодолевать локальное сопротивление изменениям
- владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- способен планировать операционную (производственную) деятельность организаций
- способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций

Инвестиционный анализ

Цель курса – формирование у студентов целостного представления о методах анализа эффективности инвестиционных проектов, понимания особенностей анализа различных видов инвестиций, на получение навыков инвестиционного анализа при разработке и реализации бизнес-планов, стратегии развития предприятия

Задачи курса:

- 1) изучение сущности, принципов и методов экономической оценки инвестиций предприятий и организаций;
- 2) формирование практических навыков расчета основных финансово-экономических показателей, характеризующих целесообразность осуществления инвестиционной деятельности предприятий (организаций).

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Умеет 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
- Умеет анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
- Владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

Финансовый менеджмент

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

Задачи курса:

- 1) изучение сущности каждого объекта финансового управления и особенностей их формирования
- 2) ознакомление с методиками разработки каждого вида плана на предприятиях.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Умеет 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
- Умеет анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
- Владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

Физическая культура и спорт

Цель курса - 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:

- 1) освоение основ физической культуры и здорового образа жизни, особенностей использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности; использование физических упражнения для достижения жизненных и профессиональных целей;
- 2) овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общефизической и спортивно-технической подготовке).

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующей компетенции:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Основы менеджмента

Цель курса – формирование у студентов навыков по выработке конкретных управленческих действий в отношении любой хозяйственной задачи на уровне организации в современных условиях, направленных на получение прибыли путем рационального использования материальных и человеческих ресурсов.

Задачи курса:

- 1) Планирование деятельности организации
- 2) Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности работ
- 3) Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников
- 4) Мотивирование и стимулирование работников подразделений или участников рабочей группы (команды), направленное на достижение оперативных управленческих целей.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- 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
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- возможности и формировать новые бизнес-модели

Теория организации

Цель курса – ознакомление обучающихся с теоретическими и практическими основами организации управления и управленческой деятельности и формирование у них навыков управления современной организацией.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владеть 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, умения проводить аудит человеческих ресурсов и осуществления диагностики организационных культур
- Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять полномочия с учетом личной ответственности за осуществление мероприятий
- Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Организационное поведение

Цель курса – получение теоретических знаний и формирование практических навыков по современным формам и методам воздействия на поведение личности, группы для повышения эффективности работы организации.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- 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
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Учет и анализ

Цель курса – формирование компетенций, направленных на обеспечение глубоких теоретических и практических знаний в области учета и финансового анализа в организациях.

Задачи курса:

приобретение системы знаний о методах и приёмах экономического анализа;

- выработка навыков, использования показателей информационной системы бухгалтерского учёта для проведения экономического анализа и принятия управленческих решений, оценки эффективности хозяйственной деятельности организации, а также повышения уровня достоверности оценки бизнеса и управленческой работы

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владеет навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организаций
- Умеет применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования политики и финансовой отчетности

Математика

Цель курса – 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) воспитание математической культуры, как составной части общекультурных ценностей человека;
- 2) развитие у студентов логического и алгоритмического мышления, умения строго излагать свои мысли;
- 3) развитие у студентов компетенций в области исследовательской деятельности;
- 4) формирование компетенций в области моделирования, в частности, линейной алгебры;
- 5) формирование способностей к самостоятельному освоению экономико-математических методов на основе теоретических математических знаний.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- 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.

Введение в менеджмент и организация НИРС

Цель курса – формирование представлений о сущности рекламы и рекламного менеджмента, исторической динамике рекламы и основах менеджмента в рекламе.

Задачи курса:

- 1) изучить: тенденции развития рекламного рынка и динамику спроса на специалистов по рекламе, известных рекламистов мира и их вклад в развитие рекламного бизнеса, основные понятия маркетинга и рекламы, базовые концепции рекламной деятельности, основные виды рекламирования товаров и услуг.
- 2) сформировать навыки работы с учебной, периодической и методической литературой по профилю Рекламный менеджмент, навыки письменного, устного и электронного представления результатов
- 3) овладеть базовой терминологией по рекламной деятельности, краткой методикой разработки рекламного лозунга.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
- Способность к самоорганизации и самообразованию

Русский язык и культура речи

Цель курса – формирование и совершенствование языковой компетенции студента.

Задачи курса:

- 1) сформировать представление о функциональных стилях современного русского языка (научном, официально-деловом и др.), совершенствовать речевую культуру, воспитывать культурно-ценностное отношение к русской речи; способствовать полному и осознанному владению системой норм русского литературного языка, обеспечить дальнейшее овладение речевыми навыками и умениями;
- 2) совершенствовать знания о языковых единицах разных уровней (фонетического, лексико-фразеологического и т. д.) и их функционировании в речи;
- 3) совершенствовать орфографическую и пунктуационную грамотность студентов;
- 4) формировать у студентов навык продуцирования текстов в устной и письменной разновидностях в соответствии с требованиями, предъявляемыми к тому или иному речевому жанру.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- способность к самоорганизации и самообразованию

Социология

Цель курса – формирование у студентов понимания проблем современного общества и социального контекста профессиональной деятельности, изучение закономерностей функционирования и развития общества, социальных институтов, личности, взаимодействия общества и личности.

Задачи курса:

- 1) раскрыть проблемы современного общества,
- 2) охарактеризовать социальный контекст профессиональной деятельности специалиста.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия.

Бизнес-аналитика

Цель курса - формирование навыков создания интеллектуальных систем бизнес-анализа средствами Data Mining.

Задачи курса:

-т Изучение способов представления данных применительно к решению задач интеллектуального анализа.

– Изучение особенности представления результатов моделирования в методах Data Mining.

– Формирование практических навыков создания отчетов с использованием возможностей конкретных методов Data Mining в интеллектуальных системах бизнес-анализа;

– Формирование практических навыков представления результатов исследования бизнес-процессов интеллектуальными системами;

Результатом освоения дисциплины

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

Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

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

Информатика

Цель курса – формирование у студентов целостного представления об информации, информационных процессах, информационных системах и технологиях обработки данных; о роли информатики и месте информатики в современном обществе; раскрытие возможностей информационного подхода при решении профессиональных задач; формирование базового уровня владения стандартными технологиями обработки и анализа данных в своей предметной области, определенного уровня культуры в информационной деятельности; развитие навыков использования информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности.

Задачи курса:

- 1) формирование понимания роли и места информатики в современном обществе
- 2) раскрытие возможностей информационного подхода при решении профессиональных задач;

- 3) формирование базового уровня владения стандартными технологиями обработки и анализа данных в своей предметной области, определенного уровня культуры в информационной деятельности;

4) развитие навыков использования информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

Разработка и технологии производства рекламного продукта

Цель курса – формирование компетенций, направленных на реализацию системного подхода к разработке и производству рекламного продукта, овладение принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и полиграфическими технологиями производства рекламного продукта.

Задачи курса:

- 1) Изучить основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта; модели восприятия рекламных обращений и основы психологии потребителя и возможности их применения для разработки эффективной рекламы; основные технологические процессы в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации; основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции;
- 2) Научиться использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы; составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения; оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи; оценивать качество рекламной полиграфической продукции.
- 3) Овладеть базовыми навыками организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы; технологиями разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта
- Владеет навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
- Способен 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

Копирайтинг и нейминг

Цель курса – подготовка студентов к решению профессиональных задач в рамках организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности, связанной с креативными процедурами в области рекламы и PR.

Задачи курса:

- 1) формирование умений и навыков анализа современного состояния мирового и отечественного рынка рекламы, его перспективных направлений и проблем развития;
- 2) изучение специфики построения разных видов и жанров рекламных и PR-текстов;
- 3) поуровневое описание характерных языковых черт рекламных текстов;
- 4) формирование представления о стратегиях создания рекламных наименований – имен брендов;
- 5) 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:

- Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
- Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

Маркетинговые исследования

Цель курса – 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:

- 1) понимание важности и значения маркетинговых исследований в деятельности предприятий;
- 2) овладение практическими навыками сбора и обработки и представления информации;
- 3) использование современных компьютерных технологий;
- 4) умение принимать необходимые маркетинговые (управленческие) решения на основе результатов маркетинговых исследований

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен 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

или услуги и прогноза сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей

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

- Способность 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.

Рекламный менеджмент

Цель курса – знакомство с основными инструментами рекламы, изучением особенностей рекламного рынка в России и за рубежом, получение информации о ключевых средствах рекламы, таких как реклама на ТВ, на радио, в печатной прессе, наружной рекламы и других; изучение профессий в индустрии рекламы, анализ деятельности рекламных агентств различных уровней.

Задачи курса:

- 1) знать специфику продвижения предприятия, основные средства рекламы и их особенности, основных участников рекламного процесса и принципы взаимодействия с ними, историю возникновения и развития феномена бренда, современные российские и зарубежные тенденции развития брендинга, правовые аспекты брендинга, основные

этапы и приемы разработки эффективного бренда, стратегические принципы формирования и управления брендовым портфелем, специфику формирования коммуникационного комплекса бренда;

- 2) уметь разрабатывать, осуществлять и оценивать рекламные акции и кампании, проводимые организацией, составлять рекламные сообщения и реализовывать проекты в области торговой рекламы, проводить текущий аудит бренда, формировать оптимальный комплекс бренд-коммуникаций;
- 3) владеть навыками сбора и анализа информации в отношении рекламной деятельности компании, навыками работы с документацией в области рекламной деятельности и быть в состоянии проверить правильность ее оформления, навыками разработки брендоспособной марки, навыки оценки брендоспособности бренд-проекта, разработанного внешними подрядчиками.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.
- Владеет 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
- Способен 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
- Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.

ВТЛ-технологии в рекламе

Цель курса – знакомство с основными инструментами рынка ВТЛ и с методами планирования, организации и оценки эффективности мероприятий непрямой рекламы, а также изучение и анализ особенностей процесса создания и реализации ВТЛ-технологий в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Задачи курса:

- 1) знать содержание процесса ВТЛ - акций и его составляющие; основополагающие понятия, термины и категории ВТЛ – технологий.
- 2) уметь использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса рекламной коммуникации; оценивать отбор ВТЛ - инструментов;
- 3) организовывать ВТЛ - акции и выполнить оценку его эффективности
- 4) демонстрировать понимание механизмов организации ВТЛ-мероприятий в рекламе; целостное представление об организационных формах ВТЛ-проектах

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- и

библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.

Поведение потребителей

Цель курса – формирование системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Задачи курса:

1) изучить принципы и закономерности проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонного делового общения с потребителями; уметь анализировать проведенную деловую встречу и разговор с целью критической оценки своего поведения и учета совершенных ошибок в процессе взаимодействия с потребителями;

- 2) использовать знания в области проведения деловых переговоров для реализации профессиональных навыков.

3) овладеть навыками анализа, прогнозирования, формирования и оценки поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

Медиапланирование

Цель курса – 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:

1) знать содержание коммуникативного процесса и его составляющие;

2) знать основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

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

- Владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

- Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.

Основы рекламы

Цель курса – формирование компетенций, направленных на освоение теоретических основ рекламы и успешное осуществление рекламной деятельности в различных отраслях и сферах деятельности

Задачи курса:

- 1) знать суть и основные формы рекламной деятельности: особенности видов рекламной деятельности; основные понятия медиапланирования в рекламной деятельности;
- 2) основные проблемы, связанные с определением эффективности рекламной деятельности
- 3) уметь осуществлять выбор статистических данных о рекламных носителях, субъектах рекламной деятельности на основе специализированных публикаций по различным сферам международной рекламной деятельности; использовать систему знаний о видах и направлениях развития современной рекламной деятельности для формирования маркетинговых планов в различных условиях бюджетирования; анализировать состояние современной рекламной индустрии для принятия соответствующих управленческих решений
- 4) демонстрировать понимание основных понятий рекламной деятельности; принципы, методы и инструменты рекламной деятельности;

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта
- Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
- Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
- Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.

Искусство презентаций и ведение деловых переговоров

Цель курса – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по подготовке презентаций и публичных выступлений, а также проведению деловых переговоров для эффективной профессиональной деятельности.

Задачи курса:

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

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен к коммуникации в устный и письменный формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- Способен осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
- Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешней связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации(предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Маркетинг продаж

Цель курса – ознакомление студентов с системой маркетингового управления продажами в современной России и формирование комплексного понимания особенностей управления

продажами в условиях жесткой конкуренции и неопределенности факторов окружающей среды

Задачи курса:

- 1) приобретение теоретических знаний и практических навыков в области организации процесса продажи, анализа влияния основных инструментов маркетинга на повышение эффективности продаж, планирования и прогнозирования продаж,
- 2) изучение и возможность практического применения современных маркетинговых методов повышения эффективности продаж.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
- Умеет организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органов государственного и муниципального управления)
- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций

Статистика

Цель курса – формирование у студентов целостного представления о современном статистическом инструментарии, понимание особенностей различных видов статистических данных, приобщение студентов к опыту использования работы с массивом количественных данных и оценивания данных в условиях рыночной экономики.

Задачи курса:

- 1) изучение теории статистических исследований, основных методов и технологий расчета;
- 2) формирование практических навыков расчета статистических показателей и интерпретации результатов;
- 3) ознакомление с подходами создания и ведения баз данных по различным показателям функционирования организации.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Связи с общественностью

Цель курса – формирование у слушателей знаний и навыков использования маркетинговых PR- инструментов для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке в настоящее время и в стратегической перспективе.

Задачи курса:

- 1) сформировать понимание вызовов, с которыми сталкивается компания в условиях информатизации рынков; выявить особенности конкуренции в постиндустриальной экономике;
- 2) раскрыть сущность и этапы осуществления маркетинговой PR деятельности в организации; сформировать навыки разработки и реализации маркетинговых PR- программ компании в условиях неопределенности и высоких темпов изменений во внешней среде.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен 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

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

Бренд-менеджмент

Цель курса – формирование компетенций, направленных на реализацию системного подхода к разработке и управлению брендом, овладение теоретическими принципами и практическими приемами бренд-менеджмента, а также ознакомление студентов с современными тенденциями развития российского и западного брендинга.

Задачи курса:

1) знать основные этапы и приемы разработки эффективного бренда; стратегические принципы 2) формирования и управления брендовым портфелем;

3) уметь проводить текущий аудит бренда

владеть навыками разработки брендоспособной марки; -навыки оценки брендоспособности бренд-проекта, разработанного внешними подрядчиками

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.

Владеет 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

Литература

Цель курса – формирование компетенций, направленных на приобщение студентов к мировому литературному наследию, развитие способности эстетического восприятия и оценки явлений литературы и отображенной в ней действительности.

Задачи курса:

1) знать основные понятия и категории курса, историю развития мировой (зарубежной и отечественной) литературы, общее и особенное в различных национальных литературных традициях, наиболее яркие произведения литературы на каждом историческом этапе – от древности до современности;

2) уметь характеризовать наиболее яркие произведения литературы на каждом историческом этапе – от древности до современности, соотносить изученное произведение с литературным направлением той или иной эпохи (классицизмом, романтизмом, реализмом, модернизмом и т. д.),

3) называть основные черты этих направлений, использовать при анализе художественного произведения приемы историко-генезисного, структурного, историко-функционального и др. видов анализа;

4) освоить навыки анализа критической и научной литературы по творчеству ведущих писателей того или иного периода истории мировой словесности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ;
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Коммерческая деятельность

Цель курса – изучение особенностей организации коммерческой деятельности на промышленных предприятиях, предприятиях оптовой, розничной торговли и сферы услуг, а также получение практических навыков рациональной организации и технологии коммерческой деятельности.

Задачи курса:

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

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Реклама и PR в Интернет

Цель курса – дать представление о теории и методологии рекламной деятельности в сети Интернет.

Задачи курса:

- 1) изучить теоретические основы массовых и маркетинговых коммуникаций в контексте развития Интернет-технологий,
- 2) описать современные методы и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, выделить теоретические подходы к оценке их эффективности,
- 3) рассмотреть практические примеры и рекомендации по проведению рекламных кампаний в сети Интернет.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.
- Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

Маркетинг взаимоотношений

Цель курса – формирование у студентов представления об основах теории и практики маркетинга взаимоотношений, а также формирование и усвоение практических навыков организации и поддержания связи с деловыми партнерами, используя системы сбора

необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации; стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений клиентоориентированной фирмы

Задачи курса:

- 1) понимание важности и значения маркетинга взаимоотношений в деятельности предприятий;
- 2) овладение практическими навыками последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений;
- 3) умение принимать необходимые маркетинговые (управленческие) решения при условии клиентоориентированной фирмы
- 4) овладение практическими навыками разработки и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, маркетинговой стратегии организации и ведения предпринимательской деятельности.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен 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
- Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации(предприятия, органа государственного или муниципального управления)
- Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Создание цифрового портфолио

Цель курса – формирование компетенций, направленных на формирование у студентов теоретических знаний и практического опыта проектирования профессионального цифрового портфолио.

Задачи курса:

- 1) место вести самостоятельно творческую деятельность, ставить творческие задачи и разрабатывать методы для их достижения;
- 2) выбирать для создания портфолио соответствующие информационные технологии;
- 3) создавать, оцифровывать и обрабатывать графические изображения, используя программные, технические средства компьютерной графики;

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

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

Цель курса – ознакомление студентов с принципами интернет-маркетинга, с инструментами маркетинга, которые используются при продвижении сайта, анализа рынка и конкурентной среды

Задачи курса:

- 1) изучение подходов к выбору маркетинговых исследований для оценки эффективности бизнеса в интернете
- 2) знание специфики организации маркетинговой деятельности предприятий различных сфер деятельности, специфики продвижения интернет ресурсов.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
- владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Основы веб-дизайна

Цель курса – является формирование у студентов *представлений* о технологиях web-дизайна; *понимания* современных тенденций развития дизайна web-ресурсов и методологических принципов структурирования графической, текстовой и мультимедийной информации, макетирования web-документов; *умений* использовать программные средства и информационные ресурсы глобальных сетей для реализации web-проектов и решения профессиональных задач, связанных с разработкой и реализацией проектов, направленных на развитие организации и организации предпринимательской деятельности.

Задачи курса:

- 1) формирование общего понимания принципов работы основных сервисов, предоставляемых сетью и изучение основных способов использования ресурсов глобальной сети для решения профессиональных задач;
- 2) изучение основных программных средств web-дизайна, используемых для создания web-страниц;
- 3) знакомство с возможностями создания базовых элементов web-страниц (текст, графические изображения, мультимедиа) с использованием графических редакторов (Adobe Photoshop) и современных web-технологий (HTML, CSS);
- 4) приобретение умений создавать простой web-ресурс с интерактивными элементами с использованием современных web-технологий (HTML, CSS, JavaScript), а также on-line библиотек и фреймворков.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;
- умением обработки, анализа и интерпретации информации для оценки эффективности оперативных управленческих решений;
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Управление конкурентоспособностью

Цель курса – формирование компетенций, направленных на освоение студентами широкого спектра методов управления конкурентоспособностью продукции и бизнес-системами в целом.

Задачи курса:

- 1) навыками организации деятельности по достижению высокого уровня конкурентоспособности предприятия
- 2) исследовать рекомендации по организации эффективного функционирования и совершенствования систем качества на предприятии
- 3) теоретические основы обеспечения и управления конкурентоспособностью предприятия

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Психология рекламной деятельности

Цель курса – систематизация межпредметных знаний на основе базисных понятий психологии и освоение алгоритмов разработки эффективных индивидуальных траекторий самопознания, саморазвития, коммуникативных стратегий, работы в коллективе.

Задачи курса:

- 1) ознакомиться с теоретическими положениями и понятийным аппаратом психологии
- 2) сформировать навыки понимания психологических особенностей людей и использования этих знаний в организации профессионального общения.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Деловое общение

Цель курса – формирование у студентов представления о технических основах экранной культуры; знакомство с основными этапами исторической эволюции экранной культуры в целом и кинематографа в частности; формирование умения самостоятельно и творчески ориентироваться в явлениях визуальной коммуникации; знакомство с формами и перспективами развития экранных технологий как инструмента рекламы, проектирование процессов в области торговой рекламы.

Задачи курса:

- 1) сформировать умение самостоятельно и творчески ориентироваться в явлениях экранной культуры.
- 2) освоению приемов экранной коммуникации, обладающих огромным ресурсом конструирования реальности.
- 3) знание принципов и форм существования экранной культуры важной основой формирования профессиональных компетенций специалиста по рекламе, таких как создание видеорекламы и ее экспертиза.
- 4) рассмотреть понятие и сущность экранной культуры; понять специфику кинематографа как важного компонента экранной культуры; ознакомить студентов с наиболее выдающимися именами и кинофильмами, образующими узловые точки эволюции выразительных средств кино;
- 5) рассмотреть телевидение, ПК и Интернет как специфические формы и этапы эволюции экранной культуры;
- 6) показать важность и специфику использования ресурсов экрана в связях с общественностью;
- 7) показать возможности использования технических и художественных приемов экранного образотворчества при создании рекламного продукта.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций
- Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

Искусство

Цель курса – формирование компетенций, направленных на владение культурой мышления; способностью к обобщению, анализу; готовности к уважительному и бережному отношению к историческому наследию и культурным традициям; толерантности восприятия социальных и культурных различий; осознания значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; способности применять и использовать полученные знания в области теории и истории искусства и дизайна в собственной научно-исследовательской деятельности.

Задачи курса:

- 1) выявить логику истории художественного развития человечества через знакомство с выдающимися достижениями культуры;
- 2) показать специфику различных этапов становления систем художественно-образного видения мира в различные историко-культурные эпохи; дать студентам общее представление о месте изобразительного искусства в целостной системе мировой культуры;
- 3) развить навыки восприятия произведения искусства; знакомство с классическими произведениями изобразительного искусства, способствовать усвоению специальных знаний, необходимых для профессионального исследования и пропаганды искусства.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен к самоорганизации и самообразованию
- Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Компьютерная графика

Цель курса – формирование у студентов представлений о технологиях компьютерной графики, понимания современных тенденций развития компьютерного дизайна и методологических принципов структурирования графической, текстовой и мультимедийной информации; получение студентами теоретических знаний в области основ компьютерной графики и дизайна; приобретение студентами практических умений использования методов и инструментальных средств создания, редактирования, обработки и преобразования текстов, векторных и растровых изображений, анимированных и трехмерных объектов, презентационных материалов с помощью компьютера, умений использовать программные средства и информационные ресурсы глобальных сетей для реализации графических проектов и решения профессиональных задач, связанных с **разработкой и реализацией проектов, направленных на развитие организации и организации предпринимательской деятельности.**

Задачи курса:

- 1) формирование представлений об основных видах, принципах и методах современной компьютерной графики;
- 2) изучение основ шрифтового дизайна;

- 3) изучение основ цветографики;
- 4) изучение основ растровой графики;
- 5) изучение основ векторной графики;
- 6) изучение основ создания анимированных объектов;
- 7) изучение основ создания 3d-объектов;
- 8) привитие культуры построения графической композиции;
- 9) формирование умений разработки и выполнения графического проекта.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- способность к самоорганизации и самообразованию

Теория и практика фоторекламы

Цель курса – формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции фотографического рекламного продукта.

Задачи курса:

- 1) формирование базовых теоретических знаний, необходимых для осмысления теории и практики;
- 2) формирование художественного восприятия и осмысления творческой деятельности;
- 3) формирование творческого воображения и художественно-образного мышления;
- 4) формирование практических умений ведения композиционной деятельности в профессиональной деятельности;
- 5) воспитание художественно-эстетической культуры и художественного вкуса.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Предпринимательство

Цель курса – знакомство студентов с теоретическими аспектами предпринимательства и адаптация теоретических знаний к российской практике предпринимательства.

Задачи курса:

1) Уметь анализировать объекты, процессы и явления в сфере предпринимательской деятельности; применять экономические методы принятия предпринимательских решений (анализ цены, издержек производства, финансов); **просчитывать возможные виды потерь при наступлении риска.**

2) Владеть навыками системного анализа показателей, характеризующих предпринимательскую деятельность; умением проектировать новые предпринимательские структуры, обосновывать эффективность и окупаемость новых предприятий.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций

- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Правовое регулирование рекламной деятельности

Цель курса - формирование компетенций, направленных на 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

Задачи курса:

- 1) привитие навыков работы с нормативно-правовыми актами, информационными правовыми системами;
- 2) развитие личности, направленное на формирование правосознания, общей и правовой культуры, внутренней убежденности в необходимости соблюдения норм права;
- 3) выработка позитивного отношения к праву; воспитание дисциплинированности, уважения к правам и свободам других лиц, демократическим правовым институтам, правопорядку;
- 4) 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.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

Позиционирование

Целью курса - формирование у студентов целостного представления о процессе позиционирования, понимания необходимости позиционирования в условиях высоко конкурентных рынков.

Исходя из поставленной цели, задачами дисциплины «Позиционирование» выступают:

- понимание важности и значения позиционирования в деятельности предприятий;
- овладение практическими навыками осуществления позиционирования относительно различных компаний, товаров, персон.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений

Маркетинг услуг

Цель курса – формирование теоретических и практических знаний в области проблем развития рынка услуг, сущности применяемых инструментов маркетинга в сфере услуг, способствующих адаптации предприятий сервиса к постоянно меняющимся факторам внешней среды и разработки маркетинговых стратегий организаций с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Задачи курса:

- 1) Владеть методами разработки и реализации маркетинговых программ; основными методами маркетинговых исследований; практическими подходами к определению механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; современным инструментарием маркетинга
- 2) Владеть навыками изучения спроса и поведения потребителей; методами управления жизненным циклом товаров; методами ценообразования; способностью управлять каналами распределения.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений

Художественный дизайн рекламы

Цель курса – изучение основ мультимедиа технологий и дизайна, работа с цветом и овладение принципами построения композиции.

Задачи курса:

- 1) знать технологию рисунка; основы композиции; основы цветоведения.
- 2) уметь работать с объектами; редактировать геометрическую форму объектов; создавать и редактировать контуры; разрабатывать логотип.
- 3) владеть работой с растровыми изображениями; использование спецэффектов; печать документа.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта

Теория коммуникаций

Цель курса – формирование у студентов знаний и навыков маркетинговых коммуникаций для обеспечения устойчивого конкурентного положения компании на рынке в настоящее время и в стратегической перспективе.

Задачи курса:

- 1) сформировать понимание теоретических аспектов маркетинговых коммуникаций,
- 2) раскрыть сущность и методы осуществления маркетинговой коммуникационной деятельности в организации; сформировать навыки разработки и реализации маркетинговых коммуникационных компаний.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

- Способен к коммуникации в устный и письменный формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

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

- Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.