

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Протокол
Ученого совета № 1
от 30.08.2017



УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Я.П. Силин

(подпись)

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)
РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Программа прикладного бакалавриата 2015 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	5
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	14
Раздел 5. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК	14
5.1 Программа учебной практики (по получению первичных профессиональных умений и навыков).....	39
5.2 Программа производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	39
5.3 Программа производственной (преддипломной) практики	40
Раздел 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	40
6.1 Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации	40
6.2 Оценочные материалы для государственной итоговой аттестации	41
Раздел 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	41
7.1 Методические рекомендации по выполнению курсовых работ	41
7.2 Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы.....	42
Раздел 8. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	42
Приложения.....	42

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Рекламный менеджмент»** 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 рекламного менеджмента; создание, внедрение и распространение новых образовательных технологий для обеспечения сферы рекламного менеджмента конкурентоспособными кадрами управленцев-бакалавров; 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 ПРОФЕССИОНАЛЬНО-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) «Рекламный менеджмент» (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	
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

Компетенции	Код
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 (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	ПК-12
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	ПК-14

Компетенции	Код
управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	
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	
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.	ПДК-1
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.	ПДК-2
Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.	ПДК-3
Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта	ПДК-4

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 70%.

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 70 %.

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) ««Рекламный менеджмент»» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – аннотации к рабочим программам дисциплин ОПОП по направлению 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) ««Рекламный менеджмент»».

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.

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.

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

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;

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)

Введение в рекламный 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

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 непрямо́й 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 внешних 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

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

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

Компьютерная графика

Цель курса – формирование у студентов представлений о технологиях компьютерной графики, понимание 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

Создание цифрового портфолио

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

Задачи курса:

- 1) уметь 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

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

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)

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;

Интернет-маркетинг

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

Экранная культура

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

Профессиональный иностранный язык

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

Задачи курса:

- 3) ознакомление с теоретическими основами построения устной и письменной речи на иностранном языке в сфере рекламного менеджмента;
- 4) 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

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

Трудовое право

Целью освоения учебной дисциплины «Трудовое право» является:

формирование у студентов целостного представления и комплексных знаний о понятии, предмете и источниках трудового права, принципах и основных государственных гарантиях в сфере труда;

получение студентами теоретических знаний, практических умений и навыков по применению трудового законодательства, социально-партнерских соглашений и локальных нормативных актов, а также по заключению трудовых договоров и коллективных договоров и соглашений, разрешению споров во сферетрудовыхправоотношений;

формирование заявленных компетенций, необходимых и достаточных для осуществления правоприменительной и экспертно-консультационной деятельности в сфере применения трудового законодательства, позволяющих выступать в качестве консультанта при создании локальных нормативных актов в хозяйствующем субъекте.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

Предпринимательское право

Целью освоения дисциплины «Предпринимательское право» является изучение основ законодательства в сфере предпринимательских отношений, в частности таких элементов механизма правового регулирования предпринимательской деятельности как право на ее осуществление и порядок его реализации, правосубъектность в хозяйственном обороте, защита прав потребителей, порядок разрешения споров в сфере предпринимательских отношений, ответственность предпринимателей, основные виды предпринимательских договоров и т.д.

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

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

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

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

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) ознакомить 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

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; печатью 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

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

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) «Рекламный менеджмент» 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) «Рекламный менеджмент» 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) «Рекламный менеджмент» студенты выполняют курсовые работы по следующим дисциплинам:

- 1) Маркетинг;
- 2) Основы рекламы
- 3) Рекламный менеджмент
- 4) Медиапланирование

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.

Программа государственной итоговой аттестации представлена в приложении 11.

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Протоколы согласования дополнительных компетенций с работодателями (объединениями работодателей)
2. Матрица компетенций
3. Справка о педагогических и научных работниках, реализующих ОПОП
4. Учебные планы и календарные графики для очной и заочной форм обучения
5. Рабочие программы дисциплин
6. Программы практик
7. Фонды оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации
8. Фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации
9. Методические рекомендации по выполнению курсовых работ
10. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы

11. Программа государственной итоговой аттестации