

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН И ПРАКТИК

по направлению подготовки – 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) Маркетинг

ДИСЦИПЛИНЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ (БАЗОВАЯ ЧАСТЬ)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык» (Б1.Б.01)

1. Цель дисциплины — приобретение обучающимися общей, коммуникативной и профессиональной компетенций, уровень которых на отдельных этапах языковой подготовки позволяет использовать иностранный язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для целей самообразования.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. (ОК-4).

Знать:

- основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели;
- русские эквиваленты основных слов и выражений речи в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия;
- основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы;
- пассивную и активную лексику, в том числе общенаучную и специальную терминологию, необходимую для работы над типовыми текстами;
- приемы работы с оригинальной литературой на иностранном языке.

Уметь:

- работать с оригинальной литературой на иностранном языке;
- работать со словарем;
- вести переписку на изучаемом языке с целью межличностного и межкультурного взаимодействия;
- вести речевую деятельность применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации.

Владеть:

- иностранным языком на уровне межличностного и межкультурного общения, навыками и умениями речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи;
- основами реферирования и аннотирования литературы на изучаемом иностранном языке.

3. Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Грамматические и лексические трудности изучаемого языка.

1.1 Спряжение и изменение глагола-связки в формах настоящего времени. Видовременные формы глаголов. Образование форм простых, продолженных, перфектных и перфектно-продолженных времен глагола. Вопросительные предложения в различных временах. Образование отрицательных форм глагола в различных временах.

1.3 Образование простых, продолженных, перфектных времен глагольных форм и употребление форм страдательного залога. 1.4. Видовременные формы глаголов. Образование простых, продолженных, перфектных и перфектно-продолженных времен. Вопросительные предложения в различных временах. Образование отрицательных форм глагола в различных временах.

1.4 Причастия. Причастия настоящего и прошедшего времени. Перфектные формы причастия. Место причастий в предложении. Абсолютный причастный оборот.

1.5 Инфинитив. Формы инфинитива. Продолженный и перфектный инфинитив. Функции инфинитива в предложении. Образование и употребление инфинитивных оборотов типа «сложное подлежащее» и «сложное дополнение».

1.6 Модальные глаголы. Структура предложения. Принципы словообразования. Сокращения (аббревиатуры). Обозначение даты Правила чтения химических элементов, обозначений и формул неорганических соединений и уравнений химических реакций. Правила чтения единиц измерения. Правила чтения наименований основных органических соединений.

Раздел 2. Развитие навыков чтения тематических текстов.

2.1 Чтение текстов по темам:

2.1.1. Введение в специальность

2.1.2. Д.И. Менделеев

2.1.3. РХТУ имени Д.И. Менделеева

2.1.4. Наука и научные методы, научные статьи

2.1.5. Современные инженерные технологии:

2.1.5.1. Основные понятия стандартизации и сертификации

2.1.5.2. Физические основы измерений и эталоны

2.1.5.3. Основные понятия метрологии

2.1.5.4. Основы технического регулирования

2.1.5.5. Методы и средства измерений и контроля

2.1.5.6. Организация и технология испытаний

2.1.5.7. Методы и средства измерений, испытаний и контроля

2.1.5.8. Системы управления качеством

2.1.5.9. Оборудование метрологических и испытательных лабораторий

2.1.5.10. метрологическое обеспечение производственной и экологической деятельности

2.1.6. Химическое предприятие

2.1.7. Химическая лаборатория. Техника безопасности в лаборатории. Измерения в химической лаборатории

2.1.8. Химия будущего.

2.1.9. Биотехнология Фармацевтические производства.

2.1.10. Зеленая химия. Проблемы экологии.

2.2 Понятие о видах чтения. Просмотровое чтение на примерах текстов о химии, Д.И. Менделееве, РХТУ им, Д.И. Менделеева.

Активизация лексики прочитанных текстов.

2.3 Изучающее чтение научных и научно-популярных текстов по выбранной специальности на примере текстов: «Наука и научные методы», «Химическое предприятие», «Современные инженерные технологии», «Химическая лаборатория. Техника безопасности в лаборатории. Измерения в химической лаборатории», «Химия будущего. Современные тенденции развития науки», «Биотехнология. Фармацевтические производства», «Зеленая химия. Проблемы экологии».

Лексические особенности текстов научно-технической направленности. Терминология научно-технической литературы на изучаемом языке.

Раздел 3. Практика устной речи

3.1 Практика устной речи по темам:

3.1.1. «Говорим о себе, о своей будущей профессии»,

3.1.2. «Мой университет»,

3.1.3. «Университетский кампус»

3.1.4. «At the bank»

3.1.5. «Applying for a job» и т.д.

3.2 Монологическая речь по теме «о себе и о будущей профессии». Лексические особенности монологической речи.

3.3 Речевой этикет повседневного общения (знакомство, представление, установление и поддержание контакта, запрос и сообщение информации, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия).

Особенности диалогической речи по пройденным темам.

Раздел 4. Особенности языка специальности

Грамматические трудности языка специальности:

4.1. Грамматические и лексические трудности языка специальности:

Различные варианты перевода причастий на русский язык. Причастные обороты и приемы их перевода на русский язык.

4.2. Сослагательное наклонение. Формы сослагательного наклонения в изучаемом языке. Модальные глаголы и их использование в предложениях в сослагательном наклонении. Типы условных предложений. Варианты перевода предложений в сослагательном наклонении и условных предложений. Порядок слов в предложении. Эмфатические конструкции.

4.3. Изучение правил перевода различных форм инфинитива и инфинитивных оборотов на русский язык.

4.4 Изучающее чтение текстов по тематике:

1) «Лаборатория»

2) «Измерения в химической лаборатории».

Стилистические особенности специальной научно-технической литературы. Организация работы со специальными словарями. Понятие о реферировании и аннотировании текстов по специальности. Поиск новой информации при работе с текстами из периодических изданий и монографий, инструкций, проспектов и справочной литературы по рассматриваемой тематике.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	8,0	288
Контактная работа (КР):	3,11	112
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	3,11	112
Самостоятельная работа (СР):	3,89	140
Контактная самостоятельная работа	3,88	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		139,8
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Виды контроля:	Зачет/Экзамен	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	4,0	144
Контактная работа (КР):	1,78	64
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	64
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8
Вид контроля:	Зачет	

2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	4,0	144
Контактная работа (КР):	1,33	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,33	48
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	8,0	216
Контактная работа (КР):	3,11	84
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	3,11	84
Самостоятельная работа (СР):	3,89	105
Контактная самостоятельная работа	3,89	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		104,85
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Зачет/Экзамен	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	4,0	108
Контактная работа (КР):	1,78	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	48
Самостоятельная работа (СР):	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,85
Вид контроля:	Зачет	
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	4,0	108
Контактная работа (КР):	1,33	36
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,33	36
Самостоятельная работа (СР):	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		45

Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия» (Б1.Б.02)

1. Цель дисциплины – сформировать у студентов комплексное представление о роли и месте философии в системе гуманитарных, социальных и естественных наук, познакомить их с основами философского знания, необходимыми для решения теоретических и практических задач.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

Знать:

- основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;

Уметь:

- понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни; грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал; применять полученные философские знания к решению профессиональных задач;

Владеть:

- представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Философия, ее происхождение и роль в обществе.

Раздел 1. Основные философские школы.

Античная философия (досократики, софисты, Сократ, Демокрит, Платон, Аристотель, эллинистически-римская философия). Основные проблемы средневековой философии и эпохи Возрождения. Философия Нового времени (XVII – XVIII вв.) Идеология Просвещения. Немецкая классическая философия. Русская философия XIX – XX вв. Основы марксистской философии. Основные направления современной философии.

Раздел 2. Философские концепции бытия.

Проблема бытия в истории философии. Понятия материального и идеального. Основные философские направления: материализм и идеализм. Принцип глобального эволюционизма в современной научной картине мира.

Концепции пространства и времени в истории философии и науки.

Раздел 2. Философские концепции сознания и познания.

Происхождение сознания. Роль труда в происхождении сознания. Идеалистические и материалистические концепции сознания. Сознание и мозг. Сознательное и бессознательное. Сознание и язык. Сознание и самосознание.

Концепции гносеологии в истории философии: сенсуализм, рационализм, скептицизм, агностицизм, концепция врожденных идей, априоризм. Диалектика познания: чувственное и рациональное. Основные теории истины.

Научное и ненаучное знание. Структура научного знания, его методы и формы. Научные революции и смена типов рациональности. Наука в современном мире. Этика науки и ответственность ученого.

Раздел 4. Проблемы человека в философии.

Человек как предмет философского анализа в истории философии. Происхождение человека: природные и социальные условия антропосоциогенеза. Биологическое и социальное в человеке. Индивид, индивидуальность, личность.

Смысл жизни и предназначение человека. Жизнь, смерть, бессмертие. Движение ненасилия, его роль в современной жизни. Цели и ценности. Свобода воли и ответственность личности. Нравственные, религиозные, эстетические ценности.

Раздел 5. Философия истории и общества.

Человек в системе социальных связей. Личность и массы, свобода и необходимость. Философия истории: формационная и цивилизационная концепции исторического развития. Прогрессистские и циклические модели развития. Глобальные проблемы современности. Концепция устойчивого развития и сценарии будущего.

Общество и его структура. Социальная, политическая и духовная сферы общества. Концепции государства в истории философской мысли. Гражданское общество и правовое государство.

4. Объем учебной дисциплины:

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Контактная работа (КР):	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа (КР):	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	2,67	72
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		72
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «История» (Б1.Б.03)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления об историческом прошлом России, ее месте во всемирно-историческом процессе.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении следующих знаний, развитии умений и навыков личности:

- понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в т.ч. и защите национальных интересов России;
- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе, политической организации общества;
- введение студентов в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности;
- навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

Знать:

- основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории.

Уметь:

- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы;
- формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.

Владеть:

- представлениями об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания;
- представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии;
- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- навыками анализа исторических источников.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. История как наука. Особенности становления государственности в России.

1.1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Начало государственности. Киевская Русь.

Место истории в системе наук. Предмет исторической науки. Роль теории в познании прошлого. Сущность, формы, функции исторического знания. Источники по отечественной истории, их классификация. История России – неотъемлемая часть всемирной истории; общее и особенное в историческом развитии.

Славянское общество в эпоху расселения. Этнокультурные и социально-политические процессы становления российской государственности. Основные социально-экономические процессы и специфика формирования феодальных отношений на Руси. Особенности социально-политического развития Киевской Руси. Принятие христианства. Формирование правовой системы.

1.2. Русские земли в XII – начале XVI вв. Образование Российского государства

Причины обособления земель и княжеств. Социально-политическая структура русских земель периода политической раздробленности. Формирование различных социокультурных моделей развития древнерусского общества и государства.

Монголо-татарское нашествие на Русь. Экспансия в Западную и Северо-Западную Русь. Великое княжество Литовское и Русское государство. Социально-политические изменения в русских землях в период монголо-татарского господства. Специфика формирования единого Российского

государства. Развитие феодального землевладения. Соперничество княжеств Северо-Восточной Руси. Причины возвышения Московского княжества. Первые московские князья. Дмитрий Донской. Куликовская битва, её историческое значение. Роль церкви в объединительном процессе. Сергей Радонежский.

Особенности политического устройства Российского государства. Иван III. Возникновение сословной системы организации общества. Местничество. Предпосылки складывания самодержавных черт государственной власти. Василий III. Историческое значение образования единого Российского государства.

1.3. Россия в середине XVI – XVII вв.

Иван Грозный: поиск альтернативных путей социально-политического развития Руси. Складывание сословно-представительной монархии и её особенности по сравнению со странами Западной Европы. Земский Собор. Избранная Рада. Реформы 50-х годов XVI века и их значение. Судебник 1550г. Стоглавый Собор 1551г. Присоединение к России Поволжья, Приуралья и Западной Сибири. Ливонская война: цели и причины неудач. Опричнина: причины, сущность, последствия. Хозяйственное разорение 70-80гг. XVI в. Этапы закрепощения крестьянства. Формирование официальной идеологии самодержавия.

«Смутное время»: ослабление государственных начал, попытка возрождения традиционных («домонгольских») норм отношений между властью и обществом. Правление Бориса Годунова. Лжедмитрий I. Боярский царь Василий Шуйский. Восстание И. Болотникова. Лжедмитрий II. Феномен самозванства. Польско-шведская интервенция. Семибоярщина, оккупация Москвы. Роль народного ополчения в освобождении Москвы и изгнании чужеземцев. К. Минин и Д. Пожарский. Земский собор 1613г. Воцарение династии Романовых.

Территория и население страны в XVII в. Влияние последствий «Смутного времени» на экономическое развитие России. Развитие форм феодального землевладения и хозяйства. Соборное Уложение 1649г.: юридическое оформление крепостного права и сословных функций. Рост общественного разделения труда и его специализация. Первые мануфактуры и их характер. Начало формирования всероссийского рынка. Ярмарки. Развитие внутренней и внешней торговли. Укрепление купечества. Новоторговый устав. Централизация власти, начало перехода к абсолютизму. Прекращение деятельности Земских соборов. Изменение роли Боярской Думы. Церковь и государство. Церковный раскол. «Бунташный век». Причины массовых народных выступлений в XVII в. Городские бунты. Восстание под предводительством С. Разина: причины, особенности, значение и последствия. Российская мысль и культура в преддверии Нового времени.

Раздел 2. Российская империя в XVIII- начале XX в.

2.1. Российское государство в XVIII веке – веке модернизации и просвещения

XVIII век в европейской и мировой истории. Россия и Европа: новые взаимосвязи и различия. Петр I: борьба за преобразование традиционного общества в России. Основные направления «европеизации» страны. Эволюция социальной структуры общества. Внешняя политика Петра I, её связь с преобразованиями внутри страны. Реформы Петра I как первая попытка модернизации страны, её особенности. Развитие промышленности. Усиление роли государства в наращивании производительных сил страны. Концепция меркантилизма и её реализация в России. Создание регулярной армии и флота. Административная реформа. Церковная реформа. Табель о рангах. Борьба с консервативной оппозицией. Оформление абсолютизма, основные черты и историческое значение. Провозглашение России империей. Упрочение международного авторитета страны.

Дворцовые перевороты, их причины, социально-политическая сущность и последствия. Фаворитизм. Расширение привилегий дворянства. Дальнейшая бюрократизация госаппарата. Внешняя политика во второй четверти – середине XVIII века.

Екатерина II: истоки и сущность дуализма внутренней политики. «Просвещенный абсолютизм». Секуляризация церковных земель. Уложенная комиссия. Крестьянский вопрос. Народное восстание под предводительством Е. Пугачева (предпосылки, характер, особенности, место в истории). Укрепление государственного аппарата. Губернская реформа. Сословная политика Екатерины II. Новый юридический статус дворянства. Внешняя политика России во второй половине XVIII века. Дальнейшее расширение границ Российской империи.

Царствование Павла I. Попытка ограничения дворянской власти самодержавными средствами. Ужесточение политического режима.

Русская культура XVIII века: от петровских инициатив к «веку просвещения».

2.2. Россия в XIX столетии

Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное. Важнейшие условия перехода России к индустриальному обществу – решение крестьянского вопроса и ограничение самодержавия.

Крестьянский вопрос: этапы решения. Первые подступы к отмене крепостного права в начале XIX в. Указ 1803г. о «свободных хлебопашцах», указ 1842г. об «обязанных крестьянах». Реформа П. Д. Киселева. Решение крестьянского вопроса в период правления Александра II. Предпосылки и причины отмены крепостного права в России. «Манифест» 19 февраля 1861г. и «Положения»: их содержание, значение, воздействие на развитие пореформенной России.

Попытки реформирования системы государственного управления. Проекты либеральных реформ М. М. Сперанского и Н. Н. Новосильцева при Александре I. Изменение политического курса в начале 20-х гг. XIX в. Внутренняя политика Николая I. Укрепление самодержавной власти. Дальнейшая централизация, бюрократизация государственного строя России. Усиление репрессивных мер.

Реформы 60-70-х гг. в области местного управления, суда, армии, печати и др. Историческое значение преобразований 60-70-х гг. «Контрреформы» Александра III.

Общественное движение в России XIX века. Формирование трех течений: консервативно-охранительного, либерального и радикального. Консервативно-охранительное направление. Н. М. Карамзин. С. П. Шевырев. М. П. Погодин. М. Н. Катков. К. П. Победоносцев. Д. И. Иловайский. С. С. Уваров. Теория «официальной народности».

Либеральное направление. Идейное наследие П. Я. Чаадаева. Западники и славянофилы. К. Д. Кавелин. Б. И. Чичерин. А. И. Кошелев. К. С. Аксаков. Становление идеологии русского либерализма. Либеральная бюрократия и её роль в реформах 60-70-х гг. XIX в. Земское движение. Особенности российского либерализма.

Радикальное направление. Начало освободительного движения. Декабристы. Формирование идеологии декабризма. Эволюция движения: «Союз спасения», «Союз благоденствия», Северное и Южное общество. Основные программные документы. Восстания в Петербурге и на юге. Причины поражения и значение выступления декабристов. Попытки продолжить традицию декабристов. Кружки 20-30-х годов XIX в. Предпосылки и источники социализма в России. «Русский социализм» А. И. Герцена и Н. Г. Чернышевского. Петрашевцы. С. Г. Нечаев и «нечаевщина». Народничество. М. А. Бакунин. П. Л. Лавров. П. Н. Ткачев. Политические доктрины и революционная деятельность народнических организаций в 70-х – начале 80-х гг. XIX в. Либеральные народники 80-90-х годов. Становление рабочего движения. Оформление марксистского течения. Г. В. Плеханов. В. И. Ульянов (Ленин).

Внешняя политика России в XIX в. Причины Отечественной войны 1812г. Значение победы России в войне против Наполеона и освободительного похода в Европу. Российское самодержавие и «Священный Союз». Восточный вопрос и его решение в XIX веке. Россия и народы Северного Кавказа. Крымская война, её причины и последствия. Политика России на Дальнем Востоке. Продажа Аляски. Присоединение Средней Азии к России.

Русская культура в XIX в. Общие достижения и противоречия.

2.3. Россия в начале XX века (1900 – 1917гг.)

Территория и население России в начале XX века. Социальная структура.

Особенности социально-экономического развития России в начале XX века. Объективная потребность индустриальной модернизации России. Усиление государственного регулирования экономики. Реформы С. Ю. Витте. Русская деревня в начале XX века.

Соотношение политических сил в России в начале XX века. Нарастание кризиса самодержавия. Первая российская революция: причины, характер, особенности, движущие силы, этапы, значение. Манифест 17 октября 1905 г. Образование политических партий, их генезис, классификация, программа, тактика. Государственная дума начала XX века – первый опыт российского парламентаризма. Третьеиюньская политическая система (1907-1914): власть и общество. Столыпинская аграрная реформа: экономическая, социальная и политическая сущность, итоги, последствия.

Первая мировая война и участие в ней России. Влияние войны на социально-экономическое и политическое развитие России. Кризис власти в годы войны и его истоки. Влияние войны на приближение общенационального кризиса. Россия накануне революции.

Победа Февральской революции и коренные изменения в политической жизни страны. Временное правительство и Петроградский Совет. Политические партии в условиях двоевластия. Альтернативы развития России после Февраля. Социально-экономическая политика новой власти. Кризисы власти. Корниловское выступление и его разгром.

Раздел 3. От советского государства к современной России.

3.1. Формирование и сущность советского строя (1917-1991гг.)

Большевистская стратегия: причины победы. Подготовка и победа Октябрьского вооруженного восстания в Петрограде. II Всероссийский съезд Советов и его решения. Экономическая и социальная политика большевиков. Начало формирования однопартийной политической системы. Роспуск Учредительного собрания. Конституция 1918г. Брестский мир.

Гражданская война: причины, этапы, расстановка сил, результаты и последствия. Интервенция: причины, формы, масштаб. Идеология, политика, практика «военного коммунизма».

Положение страны после окончания гражданской войны. Социально-экономический и политический кризисы в стране на рубеже 1920-1921гг. Переход к новой экономической политике. Сущность, цели, реализация, противоречия, судьба и значение НЭПа. Утверждение однопартийной политической системы.

Национально-государственное строительство в 20-е гг. Дискуссии об образовании СССР. I съезд Советов СССР, его решения и место в истории. Конституция СССР 1924г.

Политическая борьба в партии и государстве. Последние работы В. И. Ленина о внутренней и внешней политике Советского государства. Возвышение И. В. Сталина. Борьба с оппозицией по вопросам развития страны. Свертывание НЭПа, курс на строительство социализма в одной стране.

СССР в годы первых пятилеток (конец 20-х гг. – 30-е гг.). Форсированное социалистическое строительство в СССР. Индустриализация: предпосылки, источники накопления, метод, темпы, результаты. Политика сплошной коллективизации сельского хозяйства, её причины, экономические и социальные последствия. Цена «большого скачка».

Формирование режима личной власти Сталина и командно-административной системы управления государством. Сращивание партийных и государственных структур. Номенклатура. Роль и место Советов, профсоюзов, судебных органов и прокуратуры в создаваемой тоталитарной политической системе. Карательные органы. Массовые репрессии.

Проблема массовой поддержки советского режима в СССР. Унификация общественной жизни, «культурная революция». Борьба с инакомыслием. Сопrotивление сталинизму и причины его поражения. Отношение государства к религии.

Внешняя политика СССР в 20-30-е гг. Первые шаги советской дипломатии. Генуэзская конференция. Международное признание СССР. Обострение политической обстановки в Европе накануне второй мировой войны. Первые военные конфликты. Мюнхенское соглашение и его влияние на международное положение. Неудачи переговоров между СССР, Англией, Францией о предотвращении войны. Советско-германский пакт о ненападении: причины, последствия. Современные споры о международном кризисе 1939 – 1941 гг.

СССР во второй мировой и Великой Отечественной войне. Решающий вклад Советского Союза в разгром фашизма. Причины и цена победы. Участие СССР в войне против Японии. Итоги и уроки второй мировой войны.

Изменение соотношения сил в мире после второй мировой войны. Начало «холодной войны». СССР и США. СССР и страны Восточной Европы. Создание «социалистического лагеря».

Трудности послевоенного развития СССР; восстановление народного хозяйства и ликвидация атомной монополии США. Ужесточение политического режима и идеологического контроля. Новый виток массовых репрессий.

Первое послесталинское десятилетие. Реформаторские поиски в советском руководстве. Попытки обновления «государственного социализма». Экономические реформы, попытки перевода экономики СССР на интенсивный путь развития в условиях НТР. XX съезд КПСС и осуждение культа личности Сталина. Реабилитация жертв репрессий и депортаций. Номенклатурная «либерализация». «Оттепель» в духовной сфере. Причины замедления темпов экономического и

социального развития в начале 60-х годов. XXII съезд КПСС и концепция «перехода от социализма к коммунизму».

Внешняя политика в годы «оттепели»: начало перехода от конфронтации к разрядке международной напряженности. Карибский кризис (1962 г.): победа политического реализма.

Смена власти и политического курса в 1964 г., экономические реформы середины 60-х годов, причины их незавершенности. Власть и общество в 1964 – 1984 гг. Кризис господствующей идеологии. Причины политики ограничений и запретов в культурной жизни СССР. Диссидентское движение: предпосылки, сущность, основные этапы развития. Нарастание кризисных явлений в советском обществе в 70-е – середине 80-х годов.

Внешняя политика СССР в конце 60-х начале 80-х гг.: от разрядки к обострению международной обстановки. Разработка Программы мира и её реализация. Ввод советских войск в Афганистан и его последствия.

Курс на радикальное обновление советского общества. «Перестройка»: сущность, цели, задачи, основные этапы, результаты. Новые структуры государственной власти, первые съезды народных депутатов СССР, новые общественные движения и политические партии, президентская форма правления. «Новое политическое мышление» и изменение геополитического положения СССР. ГКЧП и крах социалистического реформаторства в СССР. Распад СССР, прекращение существования КПСС. Образование СНГ.

3.2. Становление новой российской государственности (с 1991- по настоящее время).

Внутренняя политика России. Либеральная концепция российских реформ: переход к рынку, формирование гражданского общества и правового государства. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 90-х годов. Конституционный кризис в России 1993 г. и демонтаж системы власти Советов. Конституция Российской Федерации 1993 г. Политические партии и общественные движения России на современном этапе. Межнациональные отношения. Чеченская война. Наука, культура, образование в рыночных условиях. Социальная цена и первые результаты реформ. Политические партии и общественные движения России на современном этапе.

Россия в начале XXI века. Современные проблемы человечества и роль России в их решении. Региональные и глобальные интересы России. Социально-экономическое положение РФ в период 2001-2019 года. Мировой финансовый и экономический кризис и Россия. Внешняя политика Российской Федерации в 1991 – 2019 гг. Принципы внешней политики. Россия и страны дальнего зарубежья. Отношения со странами СНГ. Россия в системе мировой экономики и международных связей.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Реферат	0,56	20
Подготовка к контрольным работам	0,28	10
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,83	30
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Реферат	0,56	15
Подготовка к контрольным работам	0,28	7,5
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,83	22,5
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» (Б1.Б.04)

1. Цель дисциплины - формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными задачами дисциплины являются:

- введение обучающихся в курс проблем устойчивого развития и рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижение антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
- формирование:
 - культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления;
 - навыков для идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;

- возможностей применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- навыков оценки вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;

Цели и задачи курса достигаются с помощью изучения:

- современного состояния и негативных факторов среды обитания;
- принципов обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания, рациональных условий деятельности;
- последствий воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов, принципов их идентификации;
- средств и методов повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнедеятельности в техносфере;
- методов повышения устойчивости функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях;
- мероприятий по защите населения и персонала объектов экономики в чрезвычайных ситуациях;
- правовых, нормативных, организационных и экономических основ безопасности жизнедеятельности;
- методов контроля и управления условиями жизнедеятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

Знать:

- основные техносферные опасности, их свойства и характеристики;
- характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности

Уметь:

- идентифицировать основные опасности среды обитания человека;
- оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности

Владеть:

- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности;
- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях;
- понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;
- навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

3. Краткое содержание дисциплины.

1. Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Безопасность и устойчивое развитие.

2. Человек и техносфера. Структура техносферы и ее основных компонентов.

Современное состояние техносферы и техносферной безопасности.

3. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.

Классификация негативных факторов среды обитания человека. Химические негативные факторы (вредные вещества). Механические и акустические колебания, вибрация и шум. Электромагнитные излучения и поля. Ионизирующее излучение. Электрический ток. Опасные

механические факторы. Процессы горения и пожаровзрыво- опасные свойства веществ и материалов. Статическое электричество.

4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения.

Основные принципы защиты. Защита от химических и биологических негативных факторов. Защита от энергетических воздействий и физических полей. Анализ и оценивание техногенных и природных рисков.

5. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Понятие комфортных или оптимальных условий. Микроклимат помещений. Освещение и световая среда в помещении.

6. Психофизиологические и эргономические основы безопасности.

Психические процессы, свойства и состояния, влияющие на безопасность. Виды и условия трудовой деятельности. Эргономические основы безопасности.

7. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.

Общие сведения о ЧС. Пожар и взрыв. Аварии на химически опасных объектах.

Радиационные аварии. Приборы радиационной, химической разведки и дозиметрического контроля. Чрезвычайные ситуации военного времени. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях.

8. Управление безопасностью жизнедеятельности.

Законодательные и нормативные правовые основы управления безопасностью жизнедеятельности. Экономические основы управления безопасностью. Страхование рисков. Государственное управление безопасностью.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи» (Б1.Б.05)

1. Цель дисциплины – повышение общей и профессиональной культуры речи студента и формирование практической потребности в саморазвитии и совершенствовании личности.

Задачи изучения курса «Русский язык и культура речи»:

- совершенствование языковой личности;
- овладение литературными нормами современного русского языка;
- формирование речевой культуры в сфере учебно-научной деятельности;
- развитие интереса к родному языку;
- формирование практической потребности в саморазвитии и совершенствовании личности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК- 5).

Знать:

- функции языка как средства формирования и трансляции мысли, как способ общения с учетом социальных, культурных, этнических различий;
- специфику устной и письменной речи;
- сферы обслуживания книжной и разговорной речи;
- специфику научного языка, жанры научного стиля;
- стилевые черты и языковые особенности жанров официально-делового стиля;
- нормы литературного языка;
- особенности подготовки текстов разных видов публичного выступления;

Уметь:

- трансформировать письменный текст в устную форму речи;
- отличать кодифицированную (нормированную) речь от некодифицированной;
- (ненормированной);
- находить в тексте речевые ошибки и устранять их;
- выделять структурные единицы текста;
- использовать изобразительно-выразительные средств языка;
- составлять личные документы в соответствии с нормативными требованиями;

- выступать публично с разными коммуникативными намерениями;
Владеть:
- культурой научной и деловой речи в письменной и устной форме;
- основами эффективной коммуникации в учебной и профессиональной;
- деятельности (навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии).

3. Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Введение в дисциплину (лингвистика текста).

1.1. Русский язык и культура речи как предмет, составляющая жизненного успеха. Задачи и место курса в подготовке бакалавра экономики. Основные понятия курса: язык, речь, культура речи, речевая ситуация, имидж, языковая личность. Влияние языка на формирование личности человека. Русский язык как способ существования русского национального мышления и русской культуры и как знаковая система передачи информации, требующая дальнейшего совершенствования на новом этапе развития цивилизации. Исторические сведения о русском языке. Новые явления в русском языке. Виды и причины языковых ошибок и коммуникативных неудач.

1.2. Многообразие языковых средств. Отбор языковых средств для обеспечения наиболее эффективной коммуникации в определенной ситуации. Типы речевых ситуаций и функциональные разновидности современного русского языка. Официальные и неофициальные ситуации общения. Подготовленная и спонтанная речь. Формы речи (письменная и устная) и их специфика. Характер соотношения письменного и устного ряда речевых проявлений. Монолог и диалог (полилог). Функциональные стили (научный, официально-деловой, публицистический). Разговорная речь. Язык художественной литературы. Литературный язык. Нелитературные типы речи (жаргонизмы, диалектизмы, просторечие, табуированная лексика).

Раздел 2. Культура научной речи и деловой речи.

2.1. Лингвистика научного текста. Особенности научного стиля речи, специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Языковые средства, специальные приемы и речевые нормы научных работ разных жанров. Текст, его структура, типы, композиция, виды компрессии. Правила составления первичных и вторичных письменных текстов: тезисов, учебного реферата. Жанры устной научной речи. Краткая характеристика реферативного сообщения, лекции и доклада.

2.2. Особенности делового языка. Официально-деловой стиль речи, его разновидности, сфера его функционирования, жанровое разнообразие; языковые формулы официальных документов; интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи; правила оформления документов; речевой этикет в документе. Особенности структурирования и оформления частных деловых документов. Особенности составления деловых писем.

Раздел 3. Нормативный аспект.

3.1. Определение нормативности и вариантности. Орфоэпические нормы русского литературного языка. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании литературного языка. Понятие вариантности языковой нормы. Правильность речи и мастерство речи. Разновидности языковых норм. Произносительные нормы русского языка (орфоэпия). Основные правила произношения гласных звуков в иноязычных словах и произношения сочетаний согласных звуков. Особенности русского ударения.

3.2. Лексические нормы русского литературного языка, причины нарушения их. Значение слова и лексическая сочетаемость. Правильность выбора слова из ряда единиц, близких ему по значению или по форме. Функционально-стилевая принадлежность слова. Уместность использования слова в той или иной коммуникативной ситуации в общепринятых в языке словосочетаниях. Иноязычные слова в современной русской речи. Соотношение литературной и нелитературной лексики в современном русском языке. Русская фразеология и выразительность речи. Краткие сведения о лексикографии.

3.3. Грамматические нормы русского литературного языка и случаи их нарушения. Особенности русского словообразования. Строгое соблюдение морфологических норм современного русского языка. Трудные случаи употребления имен существительных.

Изменения, происходящие в употреблении имен числительных. Синтаксические нормы и культура речи. Трудные случаи именного и глагольного управления. Согласование подлежащего и сказуемого в формах числа. Употребление деепричастных оборотов.

Раздел 4. Общие правила подготовки публичного выступления.

4.1. Роль риторики в подготовке специалистов. Особенности публицистического стиля речи. Исторические сведения о риторике. Риторический портрет современного человека. Понятие устного публичного выступления, его виды и общие требования к подготовке публичного выступления.

4.2. Основные этапы работы над речью. Изобретение содержания речи. Смысловые модели и способы их применения в выступлении. Расположение содержания речи. Смысловая структура описания, повествования и рассуждения. Вступление и заключение как композиционные части выступления. Словесное выражение содержания. Соединение разговорного и книжного стилей в публичной речи. Языковые средства выразительности как

способ эффективного воздействия на слушателей. Основы мастерства публичного произнесения речи. Роль техники речи в процессе работы над выступлением.

Раздел 5. Основы мастерства публичной монологической и диалогической речи.

5.1. Информационное и рекламное выступление. Виды публичных речей в зависимости от цели выступления. Жанры информационных выступлений и общие правила подготовки к ним. Правила подготовки устного рекламного выступления. Выступление – «самопрезентация».

5.2. Требования к протоально-этикетному выступлению и правила подготовки поздравительных и приветственных речей. Правила поведения и речевой этикет в официально-деловой и неофициальной сфере общения. Виды протоально-этикетной речи.

Основные особенности развлекательной речи. Правила подготовки поздравительного (официального и неофициального) слова, приветственного выступления, представления гостя. Выступление на мероприятии- презентации (рекламе) предмета.

5.3. Аргументирующая речь. Основные особенности убеждающей речи, виды убеждающей речи. Понятие аргументации как процесса доказательства и совокупности.

4. Объем учебной дисциплины

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	64
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,6
Виды контроля:	Зачеты	

В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	2	72
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	2,0	72
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	48
Самостоятельная работа (СР):	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,7
Виды контроля:		Зачеты
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	2,0	54
Аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	2,0	54
Аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология» (Б1.Б.06)

1. Цель дисциплины – приобретение студентами знаний в области эффективной коммуникации и взаимодействия в коллективе.

Основной задачей дисциплины является формирование психологической и личностной компетентности студентов, необходимой для дальнейшего успешного вхождения в профессиональный коллектив, способности к конструктивному психологическому самоанализу и анализу поведения других людей с целью более эффективного взаимодействия с окружающей средой в процессе профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

Знать:

- основные психологические понятия (психика, сознание, индивид, личность, индивидуальность, психические процессы, коммуникация, восприятие, взаимодействие, целеполагание и пр.); психологические особенности процесса общения; профессионально важные качества, значимые для будущей специальности; способы разработки оптимальных программ достижения профессиональных целей;

Уметь:

- анализировать свои возможности и ограничения, использовать методы самодиагностики, самопознания, саморегуляции и самовоспитания; устанавливать с коллегами отношения, характеризующиеся эффективным уровнем общения; анализировать проблемные ситуации с точки зрения психологии человека;

Владеть:

- навыками и методами разрешения проблемных ситуаций, возникающих в процессе общения (в том числе конфликтных); навыками и методами повышения уровня самомотивации к выполнению профессиональной деятельности; методами планирования профессиональной деятельности, целеполагания и разработки оптимальных программ реализации цели.

3. Краткое содержание дисциплины.

Понятие «психологии» как науки. Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект, индивидуальность. Психика и организм. Психика, поведение и деятельность. Основные функции психики. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания.

Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь.

Психология личности. Условия, источники и движущие силы психического развития. Проблема возраста и возрастной периодизации. Социальная ситуация развития. Ведущая деятельность. Особенности развития человека в разных возрастах.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура и спорт» (Б1.Б.07)

1 Цель дисциплины - овладение методологией научного познания физической культуры и спорта; системой практических умений и навыков, обеспечивающих совершенствование психофизических способностей; развитие способностей использовать разнообразные формы физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких в повседневной жизни и профессиональной деятельности; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, физическому совершенствованию и самовоспитанию, установка на здоровый образ жизни.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Овладеть следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);

В результате изучения дисциплины «Физическая культура и спорт» бакалавр должен:

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и спорта;
- социально-биологические основы физической культуры и спорта;

- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности;
- историю физической культуры и спорта, иметь представление о значимых спортивных событиях не только своей страны, но и мирового уровня; важнейшие достижения в области спорта;
- спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева, помнить о подвигах спортсменов в годы Великой отечественной войны 1941-1945 гг.

Уметь:

- самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;
- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой и спортом.

Владеть:

- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования;
- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для качественного усвоения профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения.

3. Краткое содержание дисциплины.

Дисциплина (модули) по «Физической культуре и спорту» реализуются в рамках базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата в объеме 72 акад. часов или 54 астр. ч. (2 зачетные единицы) при очной форме обучения.

Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение двух семестров (первого и шестого).

Разделы дисциплины и виды занятий.

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лек	МПЗ	ППФП	КР
1.	Раздел 1. Предмет «Физическая культура и спорт». История ФКиС	18	2	6	9	1
1.1	Предмет физическая культура и спорт	9	1	3	4,5	0,5
1.2	История спорта	9	1	3	4,5	0,5
2.	Раздел 2. Основы здорового образа жизни (ЗОЖ)	18	2	6	9	1
2.1	Врачебный контроль и самоконтроль на занятиях физической культурой и спортом	9	1	3	4,5	0,5
2.2	Гигиеническое обеспечение занятий оздоровительной физической культурой	9	1	3	4,5	0,5
3.	Раздел 3. Биологические основы физической культуры и спорта	18	2	6	9	1
3.1	Биологические основы физической культуры и спорта	9	1	3	4,5	0,5
3.2	Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности	9	1	3	4,5	0,5
4	Раздел 4. Профессионально-прикладная физическая	18	2	6	9	1

	культура и спорт					
4.1	Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе	9	1	3	4,5	0,5
4.2	Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности обучающегося	9	1	3	4,5	0,5
	ИТОГО	72	8	24	36	4

Предусмотрены практические занятия в объеме 64 акад. ч. (32 акад. ч в 1 сем., разделы 1 и 2; 32 акад. ч в 4 семестре, разделы 3 и 4).

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины – «Физическая культура и спорт» – базовый компонент – по учебному плану	2	72
Аудиторные занятия:	2	72
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ) (контрольный раздел входит в аудиторные занятия)	1,78	64
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Виды контроля:	Зачеты	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	1	36
Аудиторные занятия:	1	36
Лекции (Лек)	0,11	4
Практические занятия (ПЗ) (контрольный раздел входит в аудиторные занятия)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	1	36
Аудиторные занятия:	1	36
Лекции (Лек)	0,11	4
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Аудиторные занятия:	2	54

Лекции (Лек)	0,22	6
Практические занятия (ПЗ) (контрольный раздел входит в аудиторные занятия)	1,78	48
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Виды контроля:	Зачеты	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	1	27
Аудиторные занятия:	1	27
Лекции (Лек)	0,11	3
Практические занятия (ПЗ) (контрольный раздел входит в аудиторные занятия)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	1	27
Аудиторные занятия:	1	27
Лекции (Лек)	0,11	3
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	-	-
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Правоведение» (Б1.Б.08)

1. Цель дисциплины – овладение основами правовых знаний; формирование основ правовой культуры и правомерного поведения гражданина страны.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с теориями и взглядами, выработанными юридической наукой в области конституционных, административных, гражданских, семейных, трудовых и иных отношений в различных сферах деятельности;
- изучение действующих нормативных правовых актов и практики их применения;
- формирование практических навыков по применению правовых норм, составлению документов и совершению юридически значимых действий в различных сферах деятельности.

2. В результате изучения дисциплины студент должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

Знать:

- основы российской правовой системы и российского законодательства, основы организации и функционирования судебных и иных правоприменительных и правоохранительных органов;
- правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности;
- правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку, обществу, окружающей среде;
- права и обязанности гражданина;
- основы трудового законодательства.

Уметь:

- использовать этические и правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку,

обществу, окружающей среде, использовать права и свободы человека и гражданина при разработке социальных проектов;

- использовать и составлять нормативные и правовые документы, относящиеся к профессиональной деятельности, предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав;
- реализовывать права и свободы человека и гражданина в различных сферах жизнедеятельности.

Владеть:

- основами хозяйственного права;
- правовыми нормами в профессиональной деятельности

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Дисциплина «Правоведение» относится к вариативным дисциплинам профиля. Базируется на изучении школьного курса «Обществознание» и предшествующей гуманитарной дисциплины «История».

Курс рассматривает основные юридические термины и принципы, раскрывает основные теоретические представления о таких явлениях как государство и право. В процессе изучения курса студенты знакомятся с основными положениями ведущих отраслей российского права, а также основными положениями тех отраслей российского права, которые могут быть востребованы ими по профилю подготовки, а также в решении семейных и бытовых вопросов.

Предметом изучения данного курса являются знания о государстве и праве, законодательстве, с которым каждый гражданин сталкивается в жизни. При изучении дисциплины используются нормативные акты государства и подзаконные акты государственных органов, регулирующих экономическую, финансовую, управленческую деятельность государства и хозяйствующих субъектов.

Раздел 1. Основы теории государства и права.

1.1. Основы теории государства. Понятие и признаки государства. Формы государства. Функции государства. Взаимосвязь государства и права.

1.2. Основы теории права. Понятие и признаки права. Право и мораль. Правовая культура. Основные правовые системы современности. Понятие и виды источников права. Нормативный правовой акт как источник права. Определение закона и подзаконных актов. Действие нормативных правовых актов во времени. Обратная сила закона. Понятие правовых норм, их структура. Система права. Частное и публичное право. Материальное и процессуальное право. Правоотношение: объект, субъект и содержание правоотношений. Юридические факты. Пробелы законодательства.

Раздел 2. Отрасли публичного права.

2.1. Основы конституционного права. Конституция – основной Закон Российской Федерации. Основы правового статуса человека и гражданина. Федеративное устройство Российской Федерации. Система государственных органов и принцип разделения властей в Российской Федерации. Президент Российской Федерации. Федеральное собрание Российской Федерации. Органы исполнительной власти Российской Федерации. Конституционные основы судебной системы. Правоохранительные органы. Понятие гражданства.

2.2. Основы административного права. Понятие и предмет административного права. Общая характеристика Кодекса РФ об административных правонарушениях. Административные правонарушения: понятие и признаки. Административная ответственность: понятие и принципы. Понятие, признаки и виды административных наказаний.

2.3. Основы уголовного права. Понятие и предмет уголовного права. Уголовная ответственность: понятие, основание возникновения. Понятие преступления: признаки, структура. Состав преступления. Соучастие в преступлении. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Понятие, цели и виды наказаний. Уголовная ответственность за совершение преступлений. Условное осуждение, освобождение от уголовной ответственности.

2.4. Коррупция как социальное явление. Термин и понятие «коррупция». Виды коррупции. Формы проявления коррупции. Нормативное определение коррупции. Причины распространения коррупции. Формы проявления коррупции. Формы коррупции-преступления. Формы коррупции-

проступка. Формы политической коррупции. Нормативные правовые акты в сфере противодействия коррупции. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».

2.5. Основы экологического права. Экологическое право: понятие, предмет метод и источники экологического права РФ. Правовое регулирование экологических правоотношений. Понятие, виды и структура экологических правонарушений, ответственность за их совершение.

2.6. Нормативное правовое регулирование защиты информации и права граждан на защиту персональных данных. Правовые основы защиты государственной тайны. Понятие информации. Общая характеристика законодательства о защите информации (№149-ФЗ от 27.07.2006 г. «Об информации, информационных технологиях и защите информации»). Ответственность за нарушение законодательства о защите информации. Конфиденциальная информация: понятие, виды и защита. Защита персональных данных гражданина. Государственная тайна: понятие, защита, правовое регулирование государственной, служебной и иной информации. Правовые основы защиты государственной тайны.

Раздел 3. Отрасли частного права.

3.1. Гражданское право: основные положения общей части. Понятие, предмет и метод гражданского права. Понятие гражданского правоотношения, его специфика. Структура гражданского правоотношения. Право-, дееспособность субъектов гражданского правоотношения. Граждане как субъекты гражданского права. Физические и юридические лица: понятие, признаки, классификация. Юридические факты, как основание возникновения гражданских правоотношений. Право собственности: понятие, структура. Правомочия собственника. Формы собственности. Обязательство: понятие, исполнение и обеспечение. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение.

3.2. Авторское и патентное право и правовая защита результатов интеллектуальной деятельности. Понятие авторского права и смежных прав. Источники и система правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности. Исключительные права. Патентные права на изобретения, полезные модели и промышленные образцы. Ноу-хау и коммерческие секреты. Особенности защиты авторских прав и объектов промышленной собственности. Правовые аспекты передачи технологий с целью их вовлечения в гражданский (хозяйственный) оборот.

3.3. Основы хозяйственного (предпринимательского) права. Понятие хозяйственного (предпринимательского) права как отрасли права, науки и учебной дисциплины. Предмет хозяйственного (предпринимательского) права, признаки, методы правового регулирования. Понятие хозяйственной и предпринимательской деятельности. Отграничение хозяйственного (предпринимательского) права от других отраслей права. Система хозяйственного (предпринимательского) права. Источники хозяйственного (предпринимательского) права. Структура хозяйственного (предпринимательского) законодательства. Законы и подзаконные акты как источники хозяйственного (предпринимательского) права.

3.4. Основы семейного права. Правовое регулирование семейных отношений. История семейного права. Заключение и прекращение брака. Права и обязанности родителей и детей. Осуществление родительских прав. Ответственность родителей за ненадлежащее воспитание детей. Алиментные обязательства. Формы воспитания детей, оставшихся без попечения родителей.

3.5. Основы трудового права. Предмет и метод трудового права. Трудовой договор: понятие, стороны, содержание. Заключение трудового договора. Основания для прекращения трудового договора. Рабочее время. Время отдыха. Трудовые споры. Дисциплина труда.

Раздел 4. Особенности правового регулирования профессиональной деятельности в отдельных отраслях химической промышленности

4.1. Основы национальной безопасности, государственной политики и законодательство в области обеспечения ядерной и радиационной безопасности. Цели, задачи, основные направления и инструменты реализации государственной политики в области обеспечения ядерной и радиационной безопасности. Нормы и правила в области обеспечения ядерной и радиационной безопасности в РФ. Стандарты безопасности МАГАТЭ. Нормативно-правовая база Основ национальной безопасности с опорой на положения Конституции РФ, международных договоров РФ, федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации в области обеспечения ядерной и радиационной безопасности. Стандарты безопасности МАГАТЭ и их

имплементация. Правовая ответственность за нарушения в области обеспечения безопасности ядерных объектов.

4.2. Особенности правового регулирования труда работников химической промышленности. Особенности заключения и содержания трудового договора с работниками химической промышленности. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха работников химической промышленности. Особенности правового регулирования охраны труда работников химической промышленности. Система гарантий и компенсаций работникам химической промышленности.

4.3. Нормативно-правовая база регулирования химической и нефтехимической отрасли в России. Федеральный закон от 21.07.1997 N 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов». Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды». Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ. Глава 21. Статья 147. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ. Глава 26. Налог на добычу полезных ископаемых. Статьи № 334-345, содержащие сроки уплаты, объект налога, правила начисления налога на полезные ископаемые. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.05.2006 № 303 «О разграничении полномочий федеральных органов исполнительной власти в области обеспечения биологической и химической безопасности Российской Федерации». Постановление Госгортехнадзора России от 05.05.2003 № 29 «Общие правила взрывобезопасности для взрывопожароопасных химических, нефтехимических и нефтеперерабатывающих производств» Федеральный закон от 04.05.1999 № 96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха». Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.06 2006 № 429 «О лицензировании эксплуатации химически опасных производственных объектов».

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,12	76
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	24
Лекции	0,44	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,12	57
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Химия» (Б1.Б.09)

1. Цель дисциплины – приобретение знаний и компетенций, формирование современных представлений в области теоретических основ химии, химии элементов, органической химии.

2. В результате изучения дисциплины студент должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самореализации и самообразованию (ОК-6).

Знать:

- электронное строение атомов и молекул;
- основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии;
- основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния;
- методы описания химических равновесий в растворах электролитов,
- строение и свойства координационных соединений;
- химические свойства некоторых металлов и неметаллов и их важнейших соединений;
- способы получения и химические свойства основных классов органических соединений;
- основные механизмы протекания органических реакций;

Уметь:

- выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ;
- использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные;
- прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях;
- анализировать и предсказывать реакционные свойства органических соединений;
- составлять схемы синтеза неорганических и органических соединений, заданного строения

Владеть:

- методами описания свойств веществ на основе закономерностей, вытекающих из периодического закона и периодической системы элементов;
- основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений;
- основными теоретическими представлениями в неорганической и органической химии;
- основными навыкам работы в химической лаборатории.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Теоретические основы химии.

1.1 Основные классы неорганических соединений.

Оксиды; кислоты и основания; соли: средние, кислые, основные, комплексные. Получение и химические свойства. Номенклатура неорганических соединений.

1.2 Строение атома.

Волновые свойства материальных объектов. Характеристика состояния электронов квантовыми числами. Формы электронных облаков для s-, p- и d-состояний электронов в атомах. Многоэлектронные атомы. Принцип Паули. Максимальное число электронов в электронных слоях и оболочках. Правило Хунда. Последовательность энергетических уровней электронов в многоэлектронных атомах.

1.3 Периодически закон и периодическая система.

Современная формулировка периодического закона. Периодическая система и ее связь со строением атомов. Заполнение электронных слоев и оболочек атомов в периодической системе элементов Д.И. Менделеева.

Атомные и ионные радиусы, условность этих понятий. Закономерности в изменении радиусов по периодам и группам. Энергия ионизации и сродство к электрону как характеристики энергетического состояния атома. Закономерности в изменении. Значение периодического закона для естествознания.

1.4 Окислительно-восстановительные процессы.

Степени окисления. Важнейшие окислители и восстановители. Важнейшие схемы превращений веществ в окислительно-восстановительных реакциях.

1.5 Химическая связь и строение молекул.

Ковалентная связь, основные положения метода валентных связей. Рассмотрение схем перекрывания атомных орбиталей при образовании связей в молекулах. Гибридизация волновых функций. Общие сведения о комплексных соединениях, их строение с точки зрения метода валентных связей. Межмолекулярная и внутримолекулярная водородная связь. Ионная связь как предельный случай ковалентной связи.

1.6 Понятие о химической термодинамике, термодинамические функции состояния.

Внутренняя энергия и энтальпия, их физический смысл. Экзо- и эндотермические реакции. Термохимические уравнения. Стандартные энтальпии образования, растворения и сгорания веществ. Закон Гесса и следствия из него.

Понятие об энтропии, абсолютная энтропия и строение вещества. Изменение энтропии в различных процессах.

Энергия Гиббса, ее связь с энтропией и энтальпией. Критерий самопроизвольного протекания процессов в изобарно-изотермических условиях.

1.7 Химическое равновесие.

Истинное и кажущееся равновесия, их признаки. Константа химического равновесия. Связь ΔG°_T с константой равновесия. Равновесие в гомогенных и гетерогенных системах. Смещение химического равновесия, принцип Ле-Шателье – Брауна.

1.8 Растворы. Равновесия в растворах

Ассоциированные и неассоциированные электролиты. Степень диссоциации. Константа диссоциации. Равновесие в системе, состоящей из насыщенного раствора малорастворимого электролита и его кристаллов. Равновесие в растворах комплексных соединений. Равновесие диссоциации воды, ионное произведение воды и его зависимость от температуры. Шкала pH. Гидролиз солей.

Раздел 2. Химия элементов.

Химия некоторых s-, p- и d- элементов. Закономерности в изменении электронных конфигураций, величин радиусов, электроотрицательности и энергии ионизации атомов. Типичные степени окисления. Химические свойства простых веществ. Закономерности в строении и свойствах основных типов соединений. Природные соединения, получение и применение.

Общий обзор металлов. Щелочные металлы. Химия металлов 2 группы. Алюминий.

Неметаллы. Углерод, кремний. Азот, фосфор. Подгруппа кислорода. Галогены.

Химия некоторых d- металлов. Хром, марганец. Железо, кобальт, никель. Подгруппа меди.

Подгруппа цинка.

Раздел 3. Органическая химия.

3.1 Теория органического строения. Алканы, циклоалканы.

Номенклатура органических соединений. Теория химического строения и насыщенные углеводороды (УВ). Природа ковалентной связи. Формулы Льюиса. Формальный заряд. Эффекты заместителей. Промежуточные соединения и частицы органических реакций. Энергетическая диаграмма реакции. Механизм реакции. Стереои́зомерия, ее виды и обозначения.

3.2 Алкены, алкадиены. 3.3 Алкины.

Алифатические соединения. Насыщенные и ненасыщенные углеводороды. Алканы, циклоалканы, алкены, алкины, диены. В каждом классе рассматриваются следующие разделы: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения. Механизмы реакций.

3.4. Ароматические углеводороды.

Теории ароматичности. Соединения бензольного ряда.

Изомерия. Номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Влияние заместителей в бензольном кольце на направление реакций электрофильного замещения.

3.5. Спирты. Фенолы.

Одноатомные спирты. Классификация и номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Многоатомные спирты. Способы получения. Физические и химические свойства. Практическое применение. Фенолы. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Пространственное и электронное строение. Химические свойства.

3.6. Карбонильные соединения.

Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Пространственное и электронное строение. Химические свойства.

3.7 Карбоновые кислоты, сложные эфиры.

Одноосновные карбоновые кислоты. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Химические свойства.

Дикарбоновые кислоты жирного и ароматического ряда. Номенклатура. Способы получения. Физические и химические свойства.

Гидроксикислоты: классификация и номенклатура. Способы получения.

Высшие жирные кислоты. Способы получения. Физические и химические свойства.

3.8. Нитросоединения, амины.

Нитросоединения. Классификация и номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Амины. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Химические свойства.

3.9. Жиры. Углеводы.

Жиры как сложные эфиры глицерина и высших жирных кислот. Физические, химические свойства.

Углеводы. Классификация и номенклатура. Физические и химические свойства моносахаридов. Дисахариды. Строение и свойства. Полисахариды.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	10	360
Аудиторные занятия:	3,56	128
Лекции (Лек)	1,78	64
Практические занятия (ПЗ)	1,33	48
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	6,44	232
Контактная самостоятельная работа		0,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	6,44	231,2
Виды контроля:	Зачеты с оценкой	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	6	216
Аудиторные занятия:	2,22	80
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	3,78	136
Контактная самостоятельная работа	3,78	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		135,6
Вид контроля:	Зачет с оценкой	
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		95,6
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	10	270
Аудиторные занятия:	3,56	96
Лекции (Лек)	1,78	48
Практические занятия (ПЗ)	1,33	36
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	12

Самостоятельная работа (СР):	6,44	174
Контактная самостоятельная работа	6,44	0,6
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		173,4
Вид контроля:	Зачет с оценкой	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	6	162
Аудиторные занятия:	2,22	60
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	3,78	102
Контактная самостоятельная работа	3,78	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		101,7
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет с оценкой	
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	108
Аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	2,67	72
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		71,7
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет с оценкой	

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Концепции современного естествознания»
(Б1.Б.10)**

1. Цель дисциплины – объединить в целостную картину мира гуманитарные и естественнонаучные представления, складывающиеся у студентов в процессе обучения.

Изучение основных принципов естествознания позволяет будущим специалистам-менеджерам воспринять естественнонаучный способ мышления, что развивает гибкость мышления и помогает лучше овладеть собственной профессией.

К другим целям изучения дисциплины следует отнести

- понимание специфики гуманитарного и естественнонаучного компонентов культуры, ее связей с особенностями мышления,
- формирование представлений о ключевых особенностях стратегий естественнонаучного мышления;
- понимание сущности трансдисциплинарных идей и важнейших естественнонаучных концепций, определяющих облик современного естествознания;
- формирование представлений о естественнонаучной картине мира как глобальной модели природы, отражающей целостность и многообразие естественного мира;
- осознание экологических проблем в их связи с основными концепциями естествознания.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- способностью 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).

Знать:

- основные этапы эволюции естественнонаучных концепций, эволюцию фундаментальных понятий естествознания;
- особенности основных научных картин мира;
- основные уровни и методы научного познания, их взаимосвязь;
- основные уровни организации материи;
- основные принципы системного подхода в биологии;
- основные особенности биологического уровня организации материи;
- основные термодинамические процессы в живой материи;
- принципы воспроизводства живых систем;
- основные механизмы саморегуляции и самоорганизации в экосистемах;
- концепции возникновения жизни на Земле;
- основные положения современной теории эволюции;
- основные этапы возникновения человека и общества;
- принципы универсального эволюционизма;
- основные современные экологические проблемы;
- принципы устойчивого развития.

Уметь:

- четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения;
- использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности;
- базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности.

Владеть:

- навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений;
- навыками системного подхода к решению профессиональных задач.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира.

1.1. Естествознание: понятие и структура предмета. История естествознания. Понятие научной картины мира. Эволюция научных картин мира.

1.2. Наука как общественное явление. Научное знание и научный метод. Отличие науки от других форм аккумуляции знаний. Критерии научного знания. Структура научного знания. Уровни, формы и методы научного познания. Структуры научных революций.

1.3. Наука и образование. Проблема «двух культур». Язык как средство познания. Формирование единого языка научного общения.

Раздел 2. Панорама современного естествознания.

2.1. Структурные уровни и системная организация материи. Микро-, макро-, мегамиры.

2.2. Физическая картина мира.

Развитие представлений о материи, движении, взаимодействии. Порядок и беспорядок в природе: динамические и статистические закономерности в природе. Концепции квантовой механики. Принцип возрастания энтропии. Закономерности самоорганизации. Принципы универсального эволюционизма. Пространство, время, симметрия: принципы симметрии, законы

сохранения. Эволюция представлений о пространстве и времени. Специальная теория относительности и общая теория относительности.

2.3. Космология (мегамир).

Астрономическая картина мира. Особенности астрономии XX-XXI веков. Солнечная система: состав, происхождение. Множественность планетных систем. Звезды: характеристики, рождение и эволюция. Галактики. Рождение и эволюция Вселенной.

2.4. Биологическая картина мира.

2.4.1. Системный подход в биологии. Особенности биологического уровня организации материи. Биологическая систематика.

2.4.2. Термодинамические процессы в живой материи. Фотосинтез и дыхание. Принципы воспроизводства живых систем. Саморегуляция и самоорганизация в экосистемах.

2.4.3. Основные черты биологической современной науки. Современная биотехнология и сферы ее применения.

2.4.4. Возникновение жизни на Земле. Абиогенез. Панспермия. Теория гиперциклов. Геохимический подход.

2.4.5. Эволюционная биология. Возникновение и развитие эволюционной биологии. Дарвиновская теории эволюции. Теория наследственности Грегора Менделя. Синтетическая теория эволюции.

Раздел 3. Биосфера и человек.

3.1. Возникновение человека и общества. Антропосоциогенез.

Зарождение научной теории. Учение Чарльза Дарвина. Симиальная теория происхождения человека. Основные этапы эволюции человека. Роль возникновения труда в формировании человека. Становление социальных отношений. Разделение труда. Завершение антропосоциогенеза. Генезис сознания и языка.

3.2. Совместная эволюция человека и биосферы.

Биосфера как живая саморегулирующаяся система и учение В.И. Вернадского о биосфере и ноосфере. Принципы универсального эволюционизма. Динамика человеческой популяции. Развитие и ресурсы.

3.3. Антропогенное воздействие на окружающую среду и устойчивое развитие. Изменение климата и Киотский протокол.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Математика» (Б1.Б.11)

Цель дисциплины – формирование у студентов системы основных понятий, используемых для построения важнейших математических моделей, и математических методов для описания различных химико-технологических процессов.

Задачи дисциплины - создание фундаментальной математической базы, а также развитию навыков математического мышления и использования их для решения практических задач.

Рабочая программа дисциплины «Математика» составлена в соответствии с рекомендациями методической комиссии и накопленного опыта преподавания дисциплины кафедрой высшей математики РХТУ им. Д.И.Менделеева. Программа рассчитана на изучение курса в течение двух семестров.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

Знать:

- основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений;
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;
- основы применения математических моделей и методов.

Уметь:

- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов;
- использовать основные методы статистической обработки данных;
- применять математические знания на междисциплинарном уровне.

Владеть:

- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.

3. Краткое содержание дисциплины.

1 СЕМЕСТР

Введение.

Предмет и методы математики. Описание основных разделов курса. Правила и требования при изучении курса.

Раздел 1. Элементы алгебры.

Числовые множества, комплексные числа. Определители II и III порядков. Векторы: основные понятия, скалярное, векторное и смешанное произведения векторов. Аналитическая геометрия: прямая на плоскости, кривые II порядка. Матрицы: действия над матрицами, приведение к ступенчатому виду и виду Гаусса. Ранг матрицы. Обратная матрица. Теорема Кронекера-Капелли.

Решение систем линейных алгебраических уравнений. Собственные числа и векторы. Квадратичные формы.

Раздел 2. Функция одной переменной. Предел функции. Непрерывность функции.

Функция. Способы задания функции. Предел функции в точке. Односторонние пределы. Пределы на бесконечности. Бесконечно малые и бесконечно большие функции, их свойства и взаимная связь. Свойства пределов. Первый и второй замечательные пределы. Непрерывность функции в точке и на промежутке. Свойства функций, непрерывных на отрезках. Точки разрыва функции и их классификация.

Раздел 3. Дифференциальное исчисление функции одной переменной.

Производная функции, ее геометрический и механический смысл. Правила дифференцирования. Таблица основных производных. Дифференциал функции, его применения к приближенным вычислениям. Производная сложной функции. Дифференцируемость функции: определение, теоремы о связи дифференцируемости с непрерывностью и с существованием производной. Основные теоремы дифференциального исчисления. Необходимые и достаточные условия экстремума. Правило исследования функции на монотонность и экстремум. Признаки выпуклости и вогнутости функции. Асимптоты функции, их виды и способы нахождения. Общая схема исследования функций, построение их графиков.

Раздел 4. Интегральное исчисление функции одной переменной.

Первообразная функция. Неопределенный интеграл и его свойства. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования: непосредственное интегрирование, интегрирование подстановкой, интегрирование по частям. Интегрирование рациональных дробей. Интегрирование некоторых иррациональных и тригонометрических функций. Определенный интеграл, его геометрический смысл. Свойства определенного интеграла. Формула Ньютона-Лейбница. Приложения определенного интеграла к вычислению площадей плоских фигур. Понятие несобственных интегралов: определения, свойства, методы вычисления.

Раздел 5. Дифференциальное исчисление функции нескольких переменных.

Функции двух и более переменных: определение, область определения, область изменения, геометрическая интерпретация, линии уровня. Предел функции в точке. Частные производные (на примере функции двух переменных). Дифференцируемость функции нескольких переменных. Производная сложной функции. Полный дифференциал. Дифференцирование функции одной и двух переменных, заданной неявно. Локальные экстремумы функции двух переменных: необходимое и достаточное условия экстремума. Условный экстремум (метод множителей Лагранжа). Производная по направлению. Градиент и его свойства.

2 СЕМЕСТР

Раздел 6. Дифференциальные уравнения первого порядка.

Дифференциальные уравнения: порядок, решение, теорема существования и единственности решения. Задача Коши. Уравнения с разделяющимися переменными. Однородные дифференциальные уравнения. Линейные дифференциальные уравнения первого порядка. Уравнения в полных дифференциалах. Интегрирующий множитель.

Раздел 7. Дифференциальные уравнения второго и n -го порядка.

Дифференциальные уравнения второго порядка, допускающие понижение порядка. Линейные дифференциальные уравнения второго порядка. Свойства решений. Линейная независимость функций. Определитель Вронского. Структура общего решения линейного дифференциального уравнения второго порядка. Фундаментальная система решений. Линейные однородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами: построение общего решения. Метод Эйлера. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами. Общее и частное решения неоднородных уравнений. Линейные дифференциальные уравнения n -го порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Линейные дифференциальные уравнения n -го порядка с постоянными коэффициентами. Алгоритм построения общего решения.

Раздел 8. Системы дифференциальных уравнений.

Системы дифференциальных уравнений первого порядка: общие понятия, теорема существования и единственности общего решения. Системы линейных дифференциальных

уравнений первого порядка: интегрирование методом исключения. Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Системы линейных однородных и неоднородных дифференциальных уравнений с постоянными коэффициентами. Элементы теории устойчивости. Методы численного решения дифференциальных уравнений.

Раздел 9. Числовые и функциональные ряды.

Числовые ряды: основные понятия, свойства сходящихся рядов, необходимый признак сходимости. Гармонический ряд. Ряды Дирихле. Признаки сравнения рядов с положительными членами. Признак Даламбера. Интегральный и радикальный признаки Коши. Знакопередающие ряды: признак Лейбница. Знакопеременные ряды: понятия абсолютной и условной сходимости, признак абсолютной сходимости, свойства абсолютно и условно сходящихся рядов. Функциональные ряды: основные понятия, область сходимости. Степенные ряды: радиус, интервал, область сходимости. Свойства степенных рядов. Ряды Тейлора и Маклорена: свойства, условие сходимости ряда к исходной функции, основные разложения. Разложение функции в ряд Маклорена с помощью основных разложений. Главное значение функции. Эквивалентные функции. Применение рядов Тейлора и Маклорена для вычисления пределов.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	7	252
Аудиторные занятия:	3,56	128
Лекции (Лек)	1,78	64
Практические занятия (ПЗ)	1,78	64
Самостоятельная работа (СР):	2,44	88
Контактная самостоятельная работа	2,44	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		87,8
Экзамен	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Виды контроля:	Зачет/Экзамен	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	108
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32

Самостоятельная работа (СР):	2,22	44
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	43,8
Контактная самостоятельная работа		0,2
Вид контроля:	Зачет	
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	144
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	44
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	44
Экзамен	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	7	189
Аудиторные занятия:	3,56	96
Лекции (Лек)	1,78	48
Практические занятия (ПЗ)	1,78	48
Самостоятельная работа (СР):	2,44	66
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,44	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		65,7
Экзамен	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,45
Подготовка к экзамену		26,55
Виды контроля:	Зачет/Экзамен	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	81
Аудиторные занятия:	3	48
Лекции (Лек)	1,78	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	1,22	33
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,22	32,8
Контактная самостоятельная работа		0,2
Вид контроля:	Зачет	
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	108
Аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,88	24

Самостоятельная работа (СР):	2,22	33
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	33
Экзамен	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория вероятности и математическая статистика» (Б1.Б.12)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов системы основных понятий, используемых для построения важнейших математических моделей, и математических методов для описания различных химико-технологических процессов.

- Задачи дисциплины - формирование понимания значимости математической составляющей в естественнонаучном образовании бакалавра;
- ознакомление с системой понятий, используемых для описания важнейших математических моделей и математических методов, и их взаимосвязью;
- ознакомление с примерами применения математических моделей и методов;
- формирование навыков и умений использования математических моделей и математических методов.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию. (ОК-6).

Знать:

- основы теории вероятностей и математической статистики, теории случайных процессов, статистического оценивания и проверки гипотез, статистических методов обработки экспериментальных данных.

Уметь:

- применять математические методы при решении профессиональных задач повышенной сложности; решать типовые задачи по основным разделам курса, используя методы математической статистики.

Владеть:

- методами построения математической модели профессиональных задач и содержательной интерпретации полученных результатов.

3. Краткое содержание дисциплины.

1. Теория вероятностей. Случайные величины и их законы распределения.

Предмет теории вероятностей. Случайные события. Противоположные события. Независимые события. Относительная частота. Классическое и геометрическое определение вероятности. Элементарная теория вероятностей. Методы вычисления вероятностей. Пространство элементарных событий. Классическое определение вероятности. Алгебра событий: теоремы о вероятности суммы событий, противоположных событий, сумма вероятностей несовместных событий, образующих полную группу. Аксиоматическое определение вероятности. Статистическое определение вероятности. Условная вероятность. Теоремы о вероятности произведения зависимых и независимых событий. Полная вероятность. Повторные испытания. Формула Бернулли. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа. Формула Пуассона.

Понятие случайной величины. Дискретные и непрерывные случайные величины. Закон распределения случайной величины. Функция распределения, ее свойства, график. Плотность распределения непрерывной случайной величины (плотность вероятности). Формула для вероятности попадания непрерывной случайной величины в данный интервал, выраженный через плотность

вероятности, геометрический смысл формулы. Биномиальное распределение. распределение Пуассона, равномерное распределение, нормальное распределение, экспоненциальное распределение.

2. Математическая статистика.

Предмет математической статистики. Основные задачи математической статистики. Выборочный метод. Статистическое описание. Выборки. Гистограмма и полигон частот. Статистическая (эмпирическая) функция распределения. Выборочные характеристики и их распределения. Состоятельные, эффективные смещенные и несмещенные оценки параметров. Статистическое среднее, статистическая дисперсия и статистическое среднее квадратичное как точечные оценки неизвестных: математического ожидания, дисперсии, среднего квадратичного отклонения. Доверительные интервалы и интервальные оценки. Доверительные оценки неизвестной вероятности по большим выборкам. Доверительная оценка математического ожидания при неизвестной дисперсии. Доверительная оценка среднего квадратичного отклонения. Точные выборочные распределения: Стьюдента (t-распределение), Фишера-Снедекора (F-распределение), Пирсона (χ^2 -распределение). Проверка статистических гипотез. Математические методы проверки статистических гипотез. Элементы теории корреляции.

4. Объем дисциплины и виды учебной нагрузки

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	1,22	44
Контактная самостоятельная работа	1,22	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		43,6
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	1,22	33
Контактная самостоятельная работа	1,22	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		32,7
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Информатика» (Б1.Б.13)

1. Цель дисциплины – приобретение базовых знаний о современных информационных технологиях, а также умений и практических навыков в области информатики, используемых при решении научных и практических вычислительных задач студентами всех специальностей.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).
- владеть 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).

Знать:

- свойства информации, способы ее хранения и обработки;
- структуру, принципы работы и основные возможности ЭВМ;
- топологию и архитектуру вычислительных сетей;
- принципы адресации пользователей, компьютеров и ресурсов в сети Интернет;
- различать и расшифровывать IP – адрес, доменное имя компьютера;
- а также владеть навыками самостоятельного решения задач на компьютере, включающие постановку задачи, разработку алгоритма и оценку его эффективности;
- структуру, принципы работы и основные возможности ЭВМ;
- основные типы алгоритмов, языки программирования;
- стандартные программные обеспечения своей профессиональной деятельности;
- алгоритмы решения нелинейных уравнений;
- алгоритмы одномерной оптимизации;

Уметь:

- писать и отлаживать программы на VBA по разработанным алгоритмам;
- применять методы математической статистики для решения конкретных задач;
- использовать пакеты прикладных программ при дальнейшем обучении и практической деятельности.

Владеть:

- навыками самостоятельного решения задач на компьютере, включающие постановку задачи, разработку алгоритма и оценку его эффективности методами математической статистики для обработки эксперимента;
- методами реализации алгоритмов на компьютерах.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Информатика – предмет, задачи и место курса в подготовке студента. Три части науки информатики: hardware (технические средства), software (программные средства), brainware (интеллектуальные средства). Краткие сведения.

Раздел 1. Архитектура компьютеров и компьютерных сетей.

1.1. История развития информационных технологий, вычислительной техники и персональных компьютеров. Информация, количество информации, способы вычисления. Краткая история развития вычислительной техники и персональных компьютеров (ПК). Вычислительная машина Фон-Неймана и машина Тьюринга. Разработки Норберта Винера.

1.2. Персональные компьютеры (ПК) и их возможности Архитектура ПК, аппаратные средства ПК. Функциональная схема ПК, магистрально-модульный принцип построения.: Принцип открытой архитектуры. Особенности представления данных на машинном уровне Преимущества цифрового представления информации перед аналоговым. Используемые системы счисления, правила перевода из одной системы в другую. Элементы математической логики: основные логические операции и формулы.

1.3. Компьютерные сети: топологии сетей, их характеристики. Топологии сетей: звездная, шинная, кольцевая. Сети закрытого типа: локальные и распределенные сети, корпоративные сети. Программно-техническое обеспечение: адресация, операционная система, адаптеры, драйверы, протоколы (особые языки, на которых обмениваются информацией компьютеры в сети, например, TCP, TCP/IP, UDP). Глобальные сети различного масштаба (WAN –Wide Area Net, MS Network, Internet). Возможности сети Интернет, Система телеконференций. Электронная почта. Доступ к информационным ресурсам.

Защита информации. Понятие безопасности компьютерной информации: надежность компьютера, сохранность данных, защита от внесения изменений неуполномоченными лицами, сохранение тайны переписки в электронной сети Алгоритмы защиты информации: методы защиты, компьютерные вирусы и борьба с ними. Методы реализации защиты информации: программные, аппаратные, организационные

1.4. Мультимедиа – диалоговая компьютерная система, обеспечивающая синтез текста, графики, звука, речи и видео. Устройства мультимедиа. Требования к мультимедийным средствам компьютеров. Расширенные возможности обработки, преобразования, синтеза информации (компьютерная анимация, модификация изображений, трехмерная графика). Мультимедийные программы. Программы редактирования, монтажа звука и видео. Видео-редакторы, модули спецэффектов, монтажные студии. Электронные презентации (основные возможности MS Power Point), этапы создания презентаций, структура презентаций и особенности работы с редактором.

Раздел 2. Программное обеспечение.

2.1. Структура операционных систем, пакеты прикладных программ, Microsoft Office. Классификация программных средств. Системное и прикладное программное обеспечение ПК. Обзор операционных систем (ОС). Принципы создания и состав ОС: ядро, интерфейс, драйверы. Краткая характеристика WINDOWS, модульный принцип построения. Среда WINDOWS: окна, их элементы, работа в многооконном режиме.

2.2. Редакторы Microsoft Office, назначение и особенности работы. Редакторы химических и математических формул, текстовый редактор WORD, Power Point (краткий обзор). Создание документов различных форм (стандартных и нестандартных). Копирование химических и математических формул в текстовые документы.

2.3 EXCEL. Возможности табличного редактора и использование его для решения информационных и инженерных задач. Окно EXCEL Техника работы. Абсолютная и относительная адресация. Встроенные функции Расчет по формулам. Копирование формул. Работа с таблицами. Форматирование, оформление таблиц.

2.4. EXCEL Построение графиков и диаграмм. Расчет функциональных зависимостей и построение графических изображений с использованием стандартных функций EXCEL и мастера функций. Построение поверхностей с использованием мастера диаграмм. Построение линий тренда.

2.5. EXCEL. Операции с массивами. Разработка и реализация простейших алгоритмов с использованием возможностей редактора (нахождение максимального (минимального) элемента вектора и матрицы, нахождение суммы элементов вектора и матрицы, вычисление матричных выражений). Решение вычислительных задач с использованием таблиц.

Решение СЛАУ с использованием обратной матрицы

Раздел 3. Алгоритмы и основы программирования на языке MATLAB.

3.1. Алгоритмы, типы алгоритмов. Понятие алгоритма и его свойства. Способы записи алгоритмов. Модульный принцип построения алгоритмов и программ. Пакет компьютерной математики MATLAB. Характеристики языков программирования. Эволюция и классификация языков программирования, императивные, функциональные, логические, объектно-ориентированные, их комбинации. Понятия трансляции, компиляции, интерпретации, их различия. Языки программирования высокого уровня. Структурное программирование, его особенности. Обзор пакетов компьютерной математики – Matlab, Mathcad, Mathematica.

3.2. Среда MATLAB. Основные структуры и принципы структурного программирования, иллюстрация. Базовые алгоритмические конструкции (следование, ветвление, повторение), их реализации.

Операторы языка программирования MATLAB. Основные решатели (solvers) MATLAB для реализации вычислительных алгоритмов. Библиотека стандартных функций size, length, numel, zero, ones, linspace, sum, abs, sin, cos, exp, log, sqrt, num2str, disp, printf

3.3. Построение графиков функции одной и двух переменных. Использование функций plot, subplot, polar, mesh, surf, polar, meshgrid, surf, contour, оформление графиков (заголовки, подписи по осям и пр.).

3.4. Операции над массивами: векторами и матрицами - сложение, умножение, транспонирование, обращение (inv), вычисление нормы (norm), ранга (rank) и определителя матрицы (det). Алгоритмы нахождения максимального, минимального элемента в массиве, алгоритмы сортировки и их реализация (например, Selection Sort)

Раздел 4. Численные методы. Реализация простейших алгоритмов в среде MATLAB.

4.1 Численные методы, характеристика и их особенности, понятие сходимости метода. Элементы теории погрешностей, классификация погрешностей, абсолютная и относительная погрешность, понятие функции нормы. Введение в статистику. Алгоритмы для статистической

обработки информации (вычисление точечных и интервальных оценок результатов измеряемой величины), их реализации в ПКМ MATLAB. Использование функций min, max, median, var, polyfit, polyval.

4.2. Приближение функций. Интерполяция многочленами. Кусочная интерполяция (сплайн). Оценка погрешности. Функции MATLAB для работы с многочленами poly1d, polyval, polyfit, polyder, polyint.

4.3. Вычисление определенных интегралов, алгоритмы методов прямоугольников, трапеций и Симпсона, оценка погрешности методов. Реализация алгоритмов численных методов вычисления определенных интегралов в среде MATLAB, применение стандартных функций trapz, quad, integral

4.4. Исследование функции одной переменной. Решение нелинейного уравнения $f(x)=0$.

Отделение корней. Алгоритмы уточнения корня (метод половинного деления, Ньютона, простой итерации). Сравнительные характеристики. Реализация алгоритмов в среде MATLAB по блок- схемам и с использованием решателей roots, fzero

4.4. Исследование функции одной переменной. Поиск экстремума функции Вычислительные алгоритмы нахождения локальных и глобальных экстремумов (метод деления отрезка пополам, метод золотого сечения), их реализации по блок- схемам и с использованием решателя fminbnd в среде MATLAB.

4. Объем дисциплины и виды учебной нагрузки.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	-	-
Практические занятия		
Лабораторные работы (ЛР)	1,33	48
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Реферат		5
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		54,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	-	-
Практические занятия		-
Лабораторные работы (ЛР)	1,33	36
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Реферат		3,75
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		41,1
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Статистика» (Б1.Б.14)

1. Цель дисциплины – является обеспечение студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью 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).

Знать:

- основные статистические категории, понятия и термины;
- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;

Уметь:

- оперировать абстрактными статистическими понятиями;
- представлять данные для статистической обработки;
- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;

Владеть:

- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и трактование общественно-значимой и экономической информации. История статистики. Теоретические основы статистики как науки. Предмет, методы и задачи статистики. Современная организация статистики. Источники статистической информации. Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных.

Раздел 1. Описательная статистика.

1.1. Абсолютные и относительные величины. Относительные величины одноименных статистических показателей в экономике. Относительные величины динамики. Цепные и базисные темпы роста. Относительные величины структуры, координации и наглядности. Относительные величины разноименных статистических показателей в экономике. Относительная величина интенсивности.

1.2. Категории средних. Степенные средние: средняя арифметическая, геометрическая, гармоническая и квадратическая. Структурные средние: мода, медиана.

1.3. Показатели вариации и способы их вычисления. Размах (амплитуда) колебаний. Среднее линейное и квадратическое отклонение. Относительные показатели вариации, коэффициент

вариации. Дисперсия. Общая, межгрупповая и внутригрупповая дисперсия. Правило сложений дисперсий. Вариации альтернативного признака.

1.4. Показатели формы распределения. Ряды распределения. Построение дискретного ряда распределения. Полигон частот. Показатели асимметрии, эксцесса. Построение интервального ряда распределения. Гистограмма, полигон и кумулята.

1.5. Анализ рядов динамики. Понятие ряда динамики, его элементы. Виды рядов динамики. Проблема сопоставимости уровней ряда динамики. Индивидуальные показатели ряда динамики. Средние характеристики ряда динамики. Анализ закономерностей изменения уровней ряда динамики. Выравнивание ряда динамики. Методы механического выравнивания. Аналитическое выравнивание динамических рядов. Анализ сезонных колебаний. Статистические методы прогнозирования.

1.6. Использование Excel в описательной статистике. Функции Excel, используемые при расчете показателей положения, разброса, асимметрии, эксцесса. Технология работы в режиме «Описательная статистика», «Гистограмма», «Выборка».

Раздел 2. Аналитическая статистика.

2.1. Теоретические распределения в анализе вариационных рядов. Общие сведения о математическом моделировании. Моделирование эмпирического ряда распределения. Нормальный закон распределения. Расчет теоретических частот нормального распределения.

2.2. Выборочное наблюдение. Генеральная и выборочная совокупность. Выборочное наблюдение. Ошибка выборочного наблюдения. Уточнение формулы средней ошибки выборки. Способы формирования выборочной совокупности. Индивидуальный, групповой и комбинированный отбор. Повторный и бесповторный отбор. Собственно-случайная, механическая, типическая, серийная и комбинированная выборка. Определение необходимого объема выборки. Малая выборка. Распределение Стьюдента. Проверка гипотезы о значимости модели. Нелинейная парная регрессия. Нелинейные модели парной регрессии и преобразование переменных.

4. Объём учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Контрольные работы		30
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		9,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	12
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Контрольные работы		22,50

Самостоятельное изучение разделов дисциплины		7,35
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социально-экономическая статистика» (Б1.Б.15)

1. Цель дисциплины – является обеспечение студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:
Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- 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 (ОПК-5);
- способностью 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);

Знать:

- основные статистические категории, понятия и термины;
- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;
- основные составляющие и категории социально-экономической статистики;

Уметь:

- оперировать абстрактными статистическими понятиями;
- представлять данные для статистической обработки;
- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;

Владеть:

- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и трактование общественно-значимой социально-экономической информации. Предмет, методы и задачи социально-экономической статистики. Источники социально-экономической статистической информации. Основные сведения из описательной статистики. Законы распределения случайной величины.

Раздел 1. Социально-экономическая статистика

1.1. Экономические индексы. Классификация экономических индексов. Индивидуальные и агрегатные индексы цен, физического объема продукции, товарооборота, себестоимости, производительности труда. Средние индексы. Системы индексов. Индексы постоянного и переменного состава. Территориальные индексы.

1.2. Статистика населения. Основные задачи статистики населения. Определение численности населения и его плотности. Основные группировки населения. Показатели естественного движения населения. Показатели миграции населения. Расчет перспективной численности населения. Индекс стоимости жизни.

1.3. Статистика общественного продукта. Задачи статистики продукции. Стадии готовности продукции. Система показателей объема продукции промышленного предприятия. Оценка динамики ассортимента, качества и себестоимости продукции предприятия.

1.4. Статистика национального богатства. Понятие национального богатства. Классификация активов национального богатства. Статистика основных производственных фондов. Амортизация основных фондов. Балансы основных фондов. Показатели движения, состояния и использования основных фондов.

1.5 Система национальных счетов. Понятие, содержание и общие принципы построения СНС. Группировки и классификации в системе национальных счетов. Система макроэкономических показателей и методы их определения. Методология построения и анализа сводных счетов системы.

1.6 Статистика финансов. Статистика государственных финансов и налогов Система статистических показателей финансовой деятельности предприятий. Статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен.

Раздел 2. Математические модели в экономике.

2.1. Общие сведения о математическом моделировании. Классы моделей. Этапы построения математической модели. Системы уравнений математического описания. Виды математических моделей, предназначенных для моделирования социально-экономических процессов. Примеры математических моделей в экономике. Математическая модель трехсекторной экономики.

2.2. Математические модели задач линейного программирования в экономике. Задача использования ресурсов (сырья). Система уравнений математического описания, целевая функция, ограничения. Графическое решение задачи.

4. Объём учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Контрольные работы		30
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		9,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	12
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Контрольные работы		22,50
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		7,35
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» (Б1.Б.16)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов базовыми знаниями по основным составляющим процесса управления, техническими и программными средствами, современными информационными технологиями, используемыми для информационного обеспечения управленческой деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- способностью 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).

Знать:

- основные технологии хранения и обработки данных;
- информационные технологии, используемые для решения задач управления;
- функциональную архитектуру, возможности и стандарты корпоративной информационной системы «1С: Предприятие 8»;
- методы организации обмена данными между информационными системами с использованием специальных драйверов;
- правила организации поддержки пользователей;
- функции и основные обязанности администратора информационных систем;

Уметь:

- анализировать архитектуру информационных систем для конкретных задач;
- использовать модели данных для разработки архитектуры информационной системы;
- работать с программными средствами общего назначения.

Владеть:

- методами поиска и обмена информацией в глобальных и локальных компьютерных сетях;
- основными принципами создания и хранения архивных копий данных.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Предмет и методы дисциплины «Информационные технологии в менеджменте». Описание основных разделов курса. Структура курса и правила рейтинговой системы.

Раздел 1. Информационные технологии и их роль в управление предприятием.

1.1. Роль информации в управлении предприятием. Данные. Информация. Информационная система. Экономическая информация.

1.2. Технологии создания, хранения, обработки и передачи данных. Информационные технологии. Сбор данных, информации и знаний. Data Mining. Хранилища данных. Информационный поиск. Передача данных. Вычислительные сети. Глобальные и локальные компьютерные сети.

1.3. Применение информационных технологий для решения управленческих задач. Информационные технологии управления организацией. Классификация управленческих задач. Технологические функционалы управления.

Раздел 2. Администрирование корпоративных информационных систем.

2.1. Обеспечение безопасности информационных систем. Защита информации. Система защита информации. Компьютерный вирус. Защита программного обеспечения. Организации локальной компьютерной сети, создание сетевого соединения, настройки сетевых протоколов и служб

2.2. Обеспечение совместной работы пользователей в информационных системах. Транзакция. Параллельная работа пользователей в информационной системе. Блокировки данных в информационных системах. Администрирование информационных систем.

2.3. Обеспечение работоспособности систем и целостности данных. Резервное копирование базы данных. Основные принципы восстановления данных. Журнал транзакций.

2.4. Работа администратора на этапах создания и функционирования информационных систем. Единая политика изменений в информационных системах. Архивирование данных. Мониторинг пользовательской активности.

Раздел 3. Информационная система «1С: Предприятие 8».

3.1. Основные функционалы информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8». Базовая концепция и основные компоненты. Назначение и основные понятия: понятие платформы, прикладного решения, внедрений и информационной базы; общий обзор типов прикладных решений. Основы работы в конфигурации: запуск и настройка конфигуратора, основные инструменты разработчика. Метаданные. Модель SaaS.

3.2. Типовые прикладные решения на платформе «1С: Предприятие 8». Отраслевые решения на платформе «1С: Предприятие 8». Внедрение типовых прикладных решений фирмы «1С». Основы встроенного языка 1С. Программные модули: модули форм, объектов, общие модули, модули приложения, сеанса и внешнего соединения; типы данных, процедуры и функции; управляющие операторы, синтакс-помощник.

3.3. Подсистема «Торговля» типового решения «1С: Управление производственным предприятием». Типы отпускных цен. Выполнение заказов покупателя. Поступление товаров и услуг. Отчет о продажах за период.

3.4. Подсистема «Поставки и запасы» типового решения «1С: Управление производственным предприятием 8». Прикладные решения. Инвентаризация.

3.5. Подсистема «Основные средства» типового решения «1С: Управление производственным предприятием 8». Учет основных средств предприятия. Расчет амортизации основных данных. Виды условия проведения ремонта.

3.6. Примеры внедрения информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8». Пример внедрения информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8» на российском рынке.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	32
Самостоятельная работа:	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2
Реферат		20
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	24
Самостоятельная работа	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,15
Реферат		15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социально-политическая история» (Б1.Б.17)

1. Цель дисциплины «Социально-политическая история России XX-XXI вв.» - приобретение студентами научных знаний в области социально-политической жизни общества через анализ истории России XX-XXI вв.

Основными задачами дисциплины являются: формирование представлений об основных этапах социально-политической истории России в XX-XXI вв.; осмысление исторического опыта последнего столетия, изучение всей цепи социально-политических событий в их целостности, в причинно-следственных связях и противоречивых результатах; содействие политической социализации студенческой молодежи, формирование у студентов гражданских качеств, чувства патриотизма.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

Знать:

- основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.;
- сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени;
- общие закономерности социально-политического процесса;
- место и роль различных социальных групп в обществе;
- влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.

Уметь:

- анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса;
- вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;
- ориентироваться в системе современных социально-политических технологий;
- определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.

Владеть:

- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- методами социально-политического анализа общественной жизни;
- навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Государство и политическая власть в истории России (XX-XXI вв.).

1.1. Предмет социально-политической истории России.

Место социально-политической истории в системе исторического знания. Модели понимания и интерпретации социально-политического процесса. Понятийно-категориальный аппарат, методы, функции социально-политической истории. Традиции политического анализа исторического процесса в отечественной науке. Характер и особенности политической культуры России.

1.2. Государство в истории России (XX-XXI вв.).

Понятие государства и его функции. Формы правления и государственно-территориального устройства. Изменения форм правления и государственно-территориального устройства в истории России XX-XXI вв. Проблемы формирования и развития парламентаризма, правового государства и гражданского общества в России в XX-XXI вв.

1.3. Эволюция политического режима России в XX-XXI вв.

Понятие и типы политических режимов. Тоталитаризм, авторитаризм, демократия. Современные теории демократии.

Политический режим царской России. Политические режимы Советского государства. Политический режим современной России.

Раздел 2. Основные социально-политические процессы в истории России XX-XXI вв. и их субъекты.

2.1. Идеологии и партии в социально-политической истории России XX-XXI вв.

История становления партий и партийной системы в России. Партийная система современной России.

Характеристики основных идеологических течений современности и их отражение в истории России XX-XXI вв.

2.2. Революции и реформы в новейшей истории России.

Революция и реформы: понятие и сущность. Революции в российской истории и их последствия. Реформы XX века. Проблемы модернизации современной России. Реформирование современного российского общества: проблемы и перспективы.

2.3. Характеристика социально-классовой структуры российского общества.

Понятие социально-классовой структуры: сословия, классы, социальные группы. Трансформация социально-классовой структуры общества на различных этапах истории России.

Раздел 3. Национальные отношения в России XX-XXI вв. Внешняя политика России в новейшей истории.

3.1. Национальные отношения и национальная политика России XX-XXI вв.

Особенности формирования России как многонационального государства; характеристика ее национального состава. Национально-государственное строительство в России: от империи к федерации. Этнополитические процессы в современной России.

3.2. Внешняя политика России (XX-XXI вв.).

Национальные интересы и внешняя политика. Внешняя политика России в начале XX века. Мировые войны и изменения в системе международных отношений. Внешняя политика России на современном этапе. Место и роль России в современном мире.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,12	40
Контактная самостоятельная работа	1,12	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	24
Лекции	0,44	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,12	30
Контактная самостоятельная работа	1,12	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономическая теория и институциональная экономика» (Б1.Б.18)

1.Цель дисциплины – обеспечение теоретической базы профессиональной подготовки бакалавра в области экономических наук на основе изучения основных понятий и концепций экономической теории и институциональной экономики, текущих тенденций развития экономического анализа.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

Знать:

- основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики;
- основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества;
- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран.

Уметь:

- проводить анализ рынка, используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;

- уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;
- использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.

Владеть:

- методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике;
- методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики;
- навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику.

Предмет и метод экономической теории и институциональной экономики. Экономические законы и принципы. Этапы, направления и школы в экономической теории. Современные направления и школы экономической теории. Понятие институт. Виды институтов: мягкий институт, жесткий институт. Формальные и неформальные институты. Институт как правило, игры в обществе. Основные черты институтов. Функции институтов. Институт и организация. Соотношение институтов и организаций. Типы организаций. Неинституционализированная деятельность. Структура института: нормы (правила). Виды норм: совместная стратегия, норма, правило.

Экономические потребности, блага и ресурсы. Потребности и ресурсы. Общественное производство и экономические отношения. Кругооборот благ и доходов. Производственные возможности общества и экономический выбор. Кривая производственных возможностей. Закон убывающей предельной полезности.

Экономические системы и их сущность. Типы и модели экономических систем. Элемент экономической системы. Традиционная экономическая система. Экономические агенты, собственность и экономические интересы. Собственность: формы и пути их преобразования. Понятие институциональная среда. Структура институциональной среды: надконституционные, конституционные, экономические правила. Институциональные соглашения. Взаимовлияние институциональных соглашений, институциональной среды и индивидов.

Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики.

Основы теории спроса и предложения. Сущность и условия возникновения рынка. Виды рынков и их структура. Функции рынка. Товар и его свойства. Закон спроса и закон предложения. Равновесие спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения под воздействием государственного вмешательства. Эластичность спроса и предложения. Излишек потребителя и производителя

Теория поведения потребителя. Закон убывающей предельной полезности. Понятие производственной функции. Изокванта и ее свойства. Изокоста и ее сочетание с изоквантой в поиске оптимума производителя.

Основы теории производства. Производство и производственная функция. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи факторов производства. Производство в долгосрочном периоде. Замещение факторов производства. Типы производственных функций. Изменение размеров производства и эффект масштаба. Производство и технический прогресс.

Издержки производства. Экономические издержки производства, их структура и виды. Анализ динамики издержек производства в связи с изменением объема выпуска и масштаба производства. Определение эффективного способа производства. Равновесие производителя.

Теории фирмы. Теория контрактов. Стихийный и планомерный порядок. Природа фирмы. Общие, специфические и интерспецифические ресурсы. Сущность и основные виды контрактов. Понятие фирмы как организационной формы предпринимательства и участника микроэкономических рынков. Микроэкономическая мотивация поведения фирмы. Фирмы как организаторы. Плюсы и минусы масштабов деятельности фирмы. Неопределенность внешней и внутренней среды фирмы. Виды отраслевых и межотраслевых объединений предприятий. Концентрация, диверсификация и централизация производства.

Рынок совершенной конкуренции. Понятие рыночной структуры: определяющие признаки и типология. Конкуренция и конкурентное поведение фирм. Производственный выбор совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Производственный выбор совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде. Предложение совершенно конкурентной отрасли. Эффективность совершенно конкурентного рынка.

Абсолютная монополия. Рыночная монополия: источники и виды. Понятие монополии, характерные черты монополии, виды монополии: простая, чистая и естественная монополия. Издержки, цены, доход, предложение и спрос в условиях чистой монополии. Правила максимизации прибыли и минимизации убытков чистым монополистом. Ценовая дискриминация. Общественные издержки монопольной власти. Х-неэффективность. Индекс монопольной власти А.П. Лернера. Индекс Герфиндаля - Хиршмана. Виды монополии в российской экономике.

Несовершенная конкуренция. Сущность и элементы монополистической конкуренции. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции. Особенности равновесия в долгосрочном периоде для монополистической конкуренции. Понятие и основные черты олигополии. Виды олигополии. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях олигополии. Дуополия Курно. Модель ломаной кривой спроса. Модель тайного ценового соглашения. Модель ценового лидерства. Модель цены «издержки плюс». Олигополия и экономическая эффективность отраслевого рынка.

Теория игр как метод моделирования взаимодействий. Базовые модели теории игр. Решение игры. Типы равновесий: равновесие доминирующих стратегий, равновесие по Нэшу, равновесие по Штакельбергу, равновесие по Парето. Кооперативные и некооперативные игры. Игры с природой. Конечные и бесконечные игры. Повторяющиеся игры: смешанная стратегия; эволюционно-стабильная стратегия.

Рынок труда и заработная плата. Особенности спроса и предложения факторов производства. Рынок труда. Спрос на труд и предложение труда в условиях совершенного и несовершенного рынка труда. Равновесие спроса и предложения труда для конкурентного рынка товаров. Несовершенные рынки труда и их особенности. Равновесие спроса и предложения труда на монопольном рынке продукции. Рынок труда с монопсонической властью. Источники монопсонической власти, монопольная власть на рынке труда. Источники монопольной власти. Двусторонняя монополия на рынке труда. Теории, модели и практика формирования заработной платы. Классические, марксистские, кейнсианские и институциональные трактовки заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Факторы, определяющие уровень заработной платы. Влияние профсоюзов, государства и безработицы на определение уровня заработной платы.

Рынок капитала и процент. Понятие и теории капитала. Основной и оборотный капитал. Амортизация основного капитала. Финансовый капитал. Ссудный процент. Инвестиции и сбережения. Равновесие на рынке капитала при совершенной конкуренции. Элементы финансовой математики. Простой и сложный процент, их значение. Дисконтирование. Рыночная стоимость капитальных активов. Введение в инвестиционный анализ. Внутренняя норма отдачи. Чистая приведенная стоимость. Срок окупаемости инвестиций

Рынок земли и рента. Земля (земельные площади, угодья, земельный участок). Землевладелец. Цена земли. Кадастровая стоимость земли. Рыночная стоимость земли. Арендная плата. Экономическая рента. Земельная рента. Дифференциальная земельная рента. Налогообложение земли. Спрос и предложение на рынке земли.

Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.

Экономическая эффективность по Парето и условия ее достижения. Понятие экономической эффективности. Критерии эффективности – критерий Парето. Общее и частичное равновесие.

Экономика «чистого» обмена. Графическое отображение – диаграмма Эджуорта. Эффективность производства. Распределение производственных ресурсов. «Ядро» экономики благосостояния. Существование, механизм установления и стабильность общего равновесия. Оптимальность по Парето. Теория благосостояния. Эффективность и справедливое распределение.

Провалы рынка, внешние эффекты и общественные блага. Формы трансакционных издержек. Права собственности. Понятие и разновидности внешних эффектов: отрицательные и положительные внешние эффекты. Корректирующие налоги и субсидии. Теорема Коуза. Применение теории внешних эффектов. Понятие общественных благ. Их свойства. Проблема безбилетника. Чистое общественное благо и чистое частное благо. Спрос и предложение чистых общественных благ. Положительные внешние эффекты и эффективный выпуск общественных благ.

Трансакция, виды трансакций. Трансакционные и трансформационные издержки. Роль и виды трансакционных издержек: классификации О. Уильямсона, Д. Норта, Р. Милгрона. Издержки *ex-ante*, *ex-post*. Специфичность активов. Фундаментальная трансформация. Издержки и форма собственности. Внешние эффекты. Теорема Коуза. Роль и учет трансакционных издержек в экономике. Влияние формальных и неформальных правил на динамику трансакционных издержек. Пути снижения трансакционных издержек.

Монопольная власть и несовершенная информация. Экономическая сущность информации причины и последствия ее неполноты. Информация как ресурс. Свойства информации, стоимость и цена информации. Информационная асимметрия и рынок «лимонов». Фиаско на рынке «лимонов». Роль государства в сглаживании асимметричности информации. Неблагоприятный отбор. Теория сигналов. Монополизация экономики как один из провалов рынка. Потери мертвого груза (общественного благосостояния) в условиях монополии.

Неравенство в распределении доходов. Понятие дохода. Отличие дохода от богатства. Основные группы доходов домохозяйств. Доходы, получаемые за счет использования факторов производства. Трансфертные платежи. Основные направления распределения дохода. Функциональное распределение дохода. Распределение дохода по величине. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини. Проблема выравнивания доходов и основные подходы ее решения. Функциональное распределение дохода в России и западных странах. Распределение дохода по величине в России.

Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).

Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ. Предмет макроэкономики. Методы макроэкономического анализа. Макроэкономические модели. Модель круговых потоков. Равновесное функционирование национальной экономики.

Отраслевая и секторальная структура национальной экономики. Макроэкономическая структура национальной экономики. Общественное воспроизводство. Система макроэкономических взаимосвязей основных секторов народного хозяйства. Отраслевая и секторальная структура национальной экономике.

Измерение результатов экономической деятельности. Общественный продукт: сущность, показатели измерения. Система национального счетоводства. Методология исчисления основных макроэкономических показателей. Национальное богатство и чистое экономическое благосостояние. Показатели дохода и продукта. ВВП. Основные макроэкономические тождества. Номинальные и реальные показатели. Индексы цен. Проблемы оценки благосостояния нации. Межотраслевой баланс как инструмент анализа и прогнозирования структурных взаимосвязей в экономике.

Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической нестабильности.

Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения. Совокупный спрос и факторы, его определяющие. Совокупное предложение: классическая и кейнсианская модели. Макроэкономическое равновесие в модели совокупного спроса и совокупного предложения. Переход от краткосрочного равновесия к долгосрочному. Шоки спроса и предложения. Стабилизационная политика.

Макроэкономическое равновесие на товарном рынке. Кейнсианская модель доходов и расходов. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения и полная занятость ресурсов. Компоненты совокупного спроса и уровень планируемых расходов. Потребление и сбережения. Инвестиции. Фактические и планируемые расходы. Крест Кейнса. Механизм достижения

равновесного объема производства. Колебания равновесного уровня выпуска вокруг экономического потенциала. Мультипликатор автономных расходов. Рецессионный и инфляционный разрывы. Парадокс бережливости. Взаимосвязь модели AD-AS и кейнсианского креста.

Деньги, их функции, денежное обращение. Деньги и их функции. Денежная масса. Основные денежные агрегаты. Классическая и кейнсианская теории спроса на деньги. Модель предложения денег. Денежный мультипликатор.

Денежный рынок и его равновесие. Банковская система. Краткосрочное равновесие на денежном рынке. Ликвидная ловушка. Долгосрочное равновесие денежного рынка. Монетарное правило М. Фридмана. Банковская система, ее структура и функции. Центральный Банк и коммерческие банки

Макроэкономическое равновесие на товарном и денежном рынках. Модель IS-LM. Взаимосвязь моделей AD-AS и IS-LM. Основные переменные и уравнения модели IS-LM. Вывод кривых IS и LM. Наклоны сдвиг кривых IS и LM. Равновесие в модели IS-LM. Относительная эффективность бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики. Вывод кривой совокупного спроса. Экономическая политика в моделях AD-AS и IS-LM при изменениях уровня цен.

Цикличность экономического развития. Понятие экономического цикла и его фазы. Причины циклических колебаний в рыночной экономике. Экономический цикл и динамика основных макроэкономических показателей. Потенциальный ВВП.

Безработица как форма макроэкономической нестабильности. Понятие безработицы, ее определение и современное состояние. Причины безработицы: классическая и кейнсианская концепции. Формы безработицы и ее естественный уровень. Издержки безработицы. Закон Оукена. Регулирование уровня безработицы. Государственная политика в области занятости

Инфляция. Сущность, причины и измерение инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Ожидаемая и неожиданная инфляция. Механизм развития инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Взаимосвязь между инфляцией и безработицей. Стагфляция. Взаимосвязь инфляции и безработицы.

Экономический рост. Понятие и содержание экономического роста. Предпосылки экономического роста. Экономический рост и изменения в структуре экономики и общественных институтах. Факторы и типы экономического роста. Теории экономического роста. Историко-социологическая концепция роста У. Ростоу. Неокейнсианские модели роста Е. Домара и Р. Харрода. Неоклассические модели роста Р. Солоу, Дж. Мида, А. Льюиса.

Институциональное изменение. Институциональное равновесие. Траектории изменения институтов. Эволюционный и революционный варианты развития институтов. Классификация институциональных изменений Д. Норта. Эффект исторической обусловленности развития. Целенаправленные институциональные изменения. Институциональный импорт. Стратегии институционального импорта. Конгруэнтность. Конвергенция, типы конвергенции. Дивергенция. Методики измерения конгруэнтности: юридическая методика, методика Дж. Ховстеда, методика С. Корнела и Дж. Колта, методика сравнения норм. Сценарии институционального развития.

Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.

Государство как организация. Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Оппортунистическое поведение и роль «третьей стороны» государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника. «Провалы» государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы «вмешательства» государства в сделки. Теория государства Д. Норта.

Кредитно-денежная политика. Цели и инструменты кредитно-денежной политики. Передаточный механизм кредитно-денежной политики, ее связь с бюджетно-налоговой и валютной политикой.

Финансовая и налоговая системы. Финансовая система. Содержание и функции финансов и финансовой системы. Фондовый рынок. Основные виды ценных бумаг. Ценные бумаги на мировых финансовых рынках. Формирование структуры доходов и расходов бюджета. Бюджетный потенциал. Внебюджетные фонды. Основные бюджетные пропорции. Бюджетный дефицит и профицит. Бюджетирование. Содержание и основные черты налогов. Налоговая система и принципы ее

построения. Функции налоговой системы. Виды налогов и их классификация. Эффективность налоговой системы. Кривая Лаффера.

Налогово-бюджетная политика. Краткосрочные и долгосрочные цели бюджетно-налоговой политики и ее инструменты. Мультипликатор государственных расходов. Мультипликатор налогов. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Дискреционная и недискреционная фискальная политика. Бюджетные дефициты и излишки. Встроенные стабилизаторы экономики. Циклический и структурный дефициты госбюджета. Воздействие бюджетного излишка на экономику. Инфляционные и неинфляционные способы финансирования бюджетного дефицита. Сеньораж. Эффект вытеснения. Проблемы увеличения налоговых поступлений в государственный бюджет. Бюджетный дефицит и государственный долг: основные определения, показатели и проблемы количественной оценки. Основные причины устойчивого бюджетного дефицита и увеличения государственного долга. Первичный дефицит государственного бюджета и механизм самовоспроизводства долга. Государственный долг, налоги, инвестиции и экономический рост. Взаимосвязь внутреннего и внешнего долга. Государственный долг и дефицит платежного баланса. Причины долгового кризиса и стратегия управления государственной задолженностью

Валютный курс и платежный баланс. Понятие и структура мирового хозяйства. Теория международной торговли и торговая политика. Валютный рынок: основные понятия. Системы гибких и фиксированных валютных курсов. Соотношение номинального и реального валютных курсов в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Факторы, определяющие динамику номинального валютного курса в долгосрочном периоде. Воздействие макроэкономической политики на динамику равновесного реального валютного курса. Сравнительная эффективность режимов гибкого и фиксированного валютных курсов. Макроэкономическое значение, основные статьи и структура платежного баланса. Торговый баланс, баланс текущих операций и баланс движения капитала. Взаимосвязь счетов платежного баланса. Колебания валютного курса как инструмент автоматического урегулирования платежного баланса. Официальные валютные резервы Центрального Банка. Влияние макроэкономической политики на состояние платежного баланса. Дефицит и кризис платежного баланса.

Сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства. Макроэкономическое равновесие в открытой экономике. Равновесный объем производства в открытой экономике. Мультипликатор расходов в открытой экономике. Международные потоки капиталов и товаров. Модель внутреннего и внешнего равновесия в условиях фиксированного обменного курса. Правило распределения ролей. Модель открытой экономики Манделла - Флеминга. Фискальная и монетарная политика в классической и кейнсианской моделях. Проблемы осуществления стабилизационной политики. Активная и пассивная политика. Политика твердого курса и произвольная макроэкономическая политика. Возможные «твердые курсы» фискальной и монетарной политики. Противоречивость целей макроэкономического регулирования и проблема координации курсов бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	9	324
Аудиторные занятия:	2,67	96
Лекции (Лек)	1,78	64
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	4,33	156
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,33	156
Экзамены	2	72
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,8
Подготовка к экзамену		71,2

Виды контроля:	Экзамены	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	5	180
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96
Экзамен	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	9	243
Аудиторные занятия:	2,67	72
Лекции (Лек)	1,78	48
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	4,33	117
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,33	117
Экзамены	2	54
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,6
Подготовка к экзамену		53,4
Виды контроля:	Экзамены	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	4	108
Аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	5	135
Аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	2,67	72
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	72
Экзамен	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика предприятия» (Б1.Б.19)

1.Цель дисциплины – получение теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений в области развития форм и методов экономического управления предприятием в условиях рыночной экономики с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, а также приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

- 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 (ПК-10);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия;
- экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Уметь:

- принимать экономически обоснованные управленческие решения;
- реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность;
- выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия;
- определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий.

Владеть:

- навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций;
- аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия;
- основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений.

Предприятие как основное звено рыночной экономики. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности; нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия. Типы предприятий. Основные виды организационно-правовых форм предприятий в РФ, порядок создания и особенности функционирования, преимущества и недостатки. Понятие малого предприятия и особенности функционирования. Роль малого предпринимательства в развитии рынка.

Внешняя и внутренняя среда организации. Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя. Производственная структура предприятия, его инфраструктура. Управление предприятием: организационная структура и механизм управления. Организационные структуры управления на предприятии: линейная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная. Организация производства: производственный процесс и принципы его организации, типы, формы и методы организации производства.

Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования.

Основные средства предприятия. Понятие, состав и структура основных фондов. Виды стоимости основных фондов. Необходимость переоценки фондов в современных условиях. Понятие и виды износа. Экономический смысл амортизации. Нормы амортизации для различных видов основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Показатели движения основных фондов. Воспроизводство и модернизация фондов. Основные пути повышения эффективности использования фондов на предприятии. Показатели обеспеченности предприятия основными фондами. Производственная мощность предприятия и резервы ее использования.

Материальные средства предприятия. Оборотные средства, их состав, классификация. Оборачиваемость оборотных средств. Основы нормирования оборотных средств. Абсолютное и

относительное высвобождение оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств и основные пути ускорения их оборачиваемости.

Трудовые ресурсы предприятия. Рынок труда. Трудовые ресурсы: их состав, управление. Состав и структура кадров предприятия. Управленческий персонал. Подготовка и повышение квалификации кадров. Проблема занятости и основные направления рынка труда в РФ. Производительность труда как показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Основные пути повышения производительности труда. Организация, нормирование и оплата труда. Система оплаты труда работников в современных условиях.

Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.

Качество и конкурентоспособность продукции. Продукция предприятия (виды, ассортимент и номенклатура), ее конкурентоспособность. Качество продукции. Понятие и показатели качества продукции. Управление качеством продукции и пути его повышения. Стандартизация и сертификация продукции. Стандарты и системы качества. Понятие конкурентоспособности продукции и направления ее повышения.

Издержки производства и себестоимость продукции. Понятие издержек, их виды и взаимосвязь. Сущность себестоимости продукции и ее экономическое значение. Классификация затрат, образующих себестоимость. Условно-постоянные и переменные затраты (издержки). Смета и калькуляции затрат. Основные пути снижения издержек. Цена продукции и ее влияние на формирование финансового результата предприятия. Виды цен и основные факторы, влияющие на уровень цен. Оптовая, отпускная, оптово-рыночная и розничная цена организации. Ценовая политика на различных рынках. Методы ценообразования.

Показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Показатели экономической эффективности деятельности предприятия. Факторы развития предприятия: экстенсивные и интенсивные. Обобщающие и частные показатели эффективности производства. Прибыль предприятия как конечный результат хозяйственной деятельности предприятия. Виды прибыли на предприятии и методика их определения. Распределение чистой прибыли. Понятие и экономический смысл рентабельности. Виды рентабельности и их расчет.

Финансовые ресурсы предприятия. Финансовые ресурсы предприятия: собственные и заемные. Доходы и расходы предприятия. Учет и отчетность. Аналитическая деятельность на предприятии. Финансовая отчетность предприятия: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменении капитала, приложение к балансу. Структура и состояние бухгалтерского баланса. Методы экономического анализа. Анализ доходов и расходов. Понятие и методика оценки финансовой устойчивости организации. Анализ ликвидности баланса. Оценка степени платежеспособности организации. Показатели финансового состояния предприятия и их критерии. Анализ деловой активности.

Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия. Понятие инвестиций, их виды и значение для экономического развития предприятия. Понятие нового строительства, капитального строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения предприятия. Основные показатели эффективности инвестиционных проектов (коэффициент окупаемости капитальных вложений, срок окупаемости, коэффициент прибыльности). Особенности оценки эффективности проектов с учетом факторов риска. Источники инвестирования. Особенности привлечения дополнительных источников финансирования. Сущность и виды инноваций, модели инновационного процесса. Условия и факторы осуществления инноваций. Подготовка нового производства. Виды деятельности предприятия.

Планирование на предприятии. Производственное планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное. Принципы планирования в условиях рыночной экономики. Производственное планирование и бизнес-план предприятия. Задачи и структура бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных	В академ.

	единицах	часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	1,22	44
Контактная самостоятельная работа	1,22	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		43,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	1,22	33
Контактная самостоятельная работа	1,22	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		32,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации» (Б1.Б.20)

1. Цель дисциплины - формирование у будущих деловых людей соответствующих психологических и нравственных качеств, как необходимых условий их поведенческой деятельности. Данный курс знакомит студентов с основными положениями делового этикета и протокола, их исторического значения в жизни общества, правилами речевого этикета, оформления деловых писем, бумаг и документов, и поддержки электронных коммуникаций.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

Знать:

- основы теории межличностных отношений;
- деловой этикет и протокол;
- методы построения взаимоотношений с руководством и коллегами;

Уметь:

- планировать деятельность по организации межличностных отношений;
- общаться с людьми и понимать мотивы их поступков.

Владеть:

- поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов,
- практикой достижения согласия в деловых переговорах,
- мастерством устной речи,
- умением грамотно выражать свои мысли на бумаге.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Введение. Проблемы этики и этикета в истории философской мысли. Этика и мораль. Бизнес: личность, культура, этика. Основные принципы этикета. Шесть основных заповедей этикета. Имидж. Понятие имиджа. Имидж, характер и репутация. Составные части имиджа. Как видят нас окружающие и как судят о нас. Как мы воспринимаем самих себя. Внешний облик делового человека. Деловая одежда: как надо и как нельзя одеваться на службе. Речь. Умение говорить, как составная часть имиджа. Звук голоса, слова и умение использовать оба эти средства. Произношение. Речевые привычки. Как улучшить свой голос. Телефонный этикет. Правила телефонных переговоров: когда звоните Вы; когда звонят Вам; когда звонят кому-то другому. Предложение товаров и услуг по телефону. Как правильно завершить телефонный разговор. Правила этикета при пользовании сотовыми телефонами. Умение писать деловые бумаги и письма – составляющая имиджа делового человека. Характеристики текстов и методы их написания. План как общая концепция текста, редактирование. Составление анкеты. Составление и анализ деловой корреспонденции: оформление, содержание. Типы деловых писем. Правила написания заявлений, внутренних записок. Доклады, речи. Организация рабочего места.

Раздел 2. Теория межличностных отношений.

Межличностные отношения как вид человеческой деятельности. Основы человеческого поведения. Мотивация поведения. Что побуждает людей действовать: 12 ценностей, амбиции, эмоции. Личное общение. Позитивное подкрепление. 12 позитивных способов влиять на людей. 5 способов, чтобы не оттолкнуть от себя людей. Планирование программы межличностных отношений: 10 шагов планирования программы. Ведомственный этикет. Основы, ожидаемое отношение. Как вставать (садиться), входить и выходить. Секретари в приемной. Руководители и персонал. Когда начальник – женщина. Брать ли супругов и приятелей на работу в фирму. Личное общение. Имена и приветствия. Беседа. Отношения между мужчиной и женщиной на службе. Если работающая женщина ждет ребенка. Дружба на работе. Искусство переговоров. Как проводить совещания и вести себя в конференц-зале. Как вести себя на собрании его участникам. Правила подготовки к проведению переговоров. Протокол при проведении переговоров. Правила размещения участников встречи. Тактика переговоров: основные тактические приемы. Психологические аспекты переговоров. Трактовка взгляда и невербального поведения партнера. Этикет встреч и переговоров. Застольный этикет. Состав приглашенных. Место и время встречи. Как рассаживаться за столом. Застольные манеры. Кто должен платить по счету. Национальный этикет. Основные положения. Язык. Религия. Одежда. Поездки и оплата расходов. Рукопожатия. Курение. Еда. Жестикуляция. Особенности культур различных регионов и стран.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,12	76
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	24
Лекции	0,44	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,12	57
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Логистика» (Б1.Б.21)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о структуре и особенностях формирования современных логистических систем с учетом актуальных тенденций их развития. Данный курс связан с ликвидацией организационной системы, основанной на планово-распределительных методах управления, и переходом к рыночным отношениям. В реальных российских условиях данная дисциплина координирует управление и реализацию логистических систем и подсистем для целей оптимального функционирования предприятия.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).

Знать:

- основные понятия и методы управления логистическими системами, управления запасами и ресурсами предприятия.

Уметь:

- разрабатывать и оформлять документы логистической деятельности.

Владеть:

- методами и принципами анализа логистических цепочек.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Терминологический аппарат. Концептуальные и методологические основы логистики.

История термина. Определение понятия логистики. Понятие материального, информационного потоков и логистической операции. Логистическая стратегия управления материальными ресурсами.

Раздел 2. Логистические системы.

Понятие и общие свойства логистической системы. Основные логистические концепции и системы.

Раздел 3. Организация службы логистики.

Структура организации. Основные направления деятельности служб логистики. Управление службой логистики на предприятии.

Раздел 4. Логистика поставок.

Определение и основные стадии экономической доставки. Контракт купли-продажи. Технология заключения коммерческой сделки (контракта купли-продажи). Основные статьи контракта (основные требования, предъявляемые к контракту купли-продажи). Примерная структура контракта. Оптимизация поставок. Элементы затрат, влияющих на стоимость доставки товаров. Определение оптимальной партии поставки товара.

Раздел 5. Логистика складского хозяйства.

Основы складского хозяйства. Основные показатели деятельности склада. Выбор места и определение площади склада. Планирование материально-технического снабжения. Планирование потребности. Методы определения потребности. Планирование потребности. Производственные запасы. Элементы теории управления запасами.

Раздел 6. Внутрипроизводственная логистика (ВПЛ).

Роль и задачи внутрипроизводственной логистики. Планирование в системе ВПЛ. Взаимосвязь текущего и стратегического «прогнозного» планирования. Методы и приемы стратегического и текущего планирования. Факторы, определяющие объем производства. Основные понятия производственной логистики. «Толкающие и тянущие» системы в производстве. «Толкающая система» (МРП). Тянувшая система «КАНБАН». Факторы, влияющие на организацию материальных потоков. Сущность и основные элементы «изящного производства».

Раздел 7. Транспортная логистика.

Сущность и задачи транспортной логистики. Выбор вида транспортного средства. Транспортные тарифы и правила их применения. О некоторых способах включения транспортных расходов в цену продукции.

Раздел 8. Распределительная логистика.

Сущность и значение распределения в логистике. Основные формы организации распределительной логистики. Потребление материального потока в логистике. Логистические каналы и логистические цепи. Размещение распределительных центров на логистическом полигоне.

Раздел 9. Логистические информационные системы.

Использование технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов. Информационные технологии в логистике. Принципы построения логистических информационных систем. Виды логистических информационных систем.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг» (Б1.Б.22)

1. Цель дисциплины – сформировать у студентов понимание сущности, принципов и инструментов маркетинга, нацеленных на укрепление рыночных позиций компании и достижение коммерческих результатов. Особое внимание уделяется изучению теории и практики организации маркетинговой работы предприятий. Данный курс закладывает основы для последующего, более глубокого, изучения отдельных направлений маркетинга, включая рыночный анализ, развитие товарных, сбытовых и коммуникационных стратегий и инструментов.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью 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).

Знать:

- современные тенденции развития маркетинга;
- основные принципы и функции маркетинга на предприятии;
- особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия;
- коммуникационную политику предприятия;
- особенности организации маркетинга на предприятии.

Уметь:

- выявлять требования потребителей товара;

- оценивать рыночную ситуацию;
- определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка;
Владеть:
- навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке;
- навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Ключевые понятия теории и практики маркетинга.

Понятие и сущность маркетинга. Сущность категорий: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, сделка. Условия функционирования рынка. Рынок продавца и рынок покупателя. Эволюция развития маркетинга. Сущность маркетинга как новой функции предприятия по связи с рынком. Принципы и цели маркетинга. Функции маркетинга (аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля). Понятие концепции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Комплекс маркетинга. Особенности становления и развития маркетинга в российском предпринимательстве. Маркетинг и общество.

Маркетинговая среда. Понятие маркетинговой среды. Внешняя среда предприятия и ее элементы. Основные факторы макро- и микросреды.

Система маркетинговых исследований. Основные направления исследований в маркетинге. Цели и объекты исследований. Проведение маркетинговых исследований с целью определения конкурентных возможностей фирмы, осуществляющей свою деятельность на рынке. Классификация видов информации. Источники информации. Вторичная и первичная информация, их достоинства и недостатки. Полевые и кабинетные исследования. Определение цели сбора информации, выработка концепции. Методы сбора данных, организация и проведение сбора данных, обработка материалов. Интерпретация результатов. Тестирование концепции продукта, упаковки, названия товара и цены. Виды тестирования. Виды и формы опроса. Критерии оценки опроса. Организация и проведение фокус-групп, почтового, телефонного, личного опроса.

Конъюнктурный анализ рынка. Виды и характеристика состояний спроса. Виды маркетинга. Понятие товарных рынков. Классификация и характеристика рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Емкость рынка, ее расчет.

Покупательское поведение. Изучение потребителей. Потребительский рынок и модель покупательского поведения. Социальные, психологические, культурные и личностные факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Этапы жизненного цикла семьи. Мотивационный анализ. Виды потребителей, их характеристика. Покупатели от организаций. Консьюмеризм.

Конкурентное положение предприятия. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Виды конкуренции. Ценовые и неценовые методы конкуренции. Современные тенденции конкурентной борьбы на мировых рынках. Конкурентное положение предприятия.

Раздел 2. Инструменты маркетинга.

Сегментация рынка: цели и задачи. Принципы сегментирования. Критерии сегментации потребительского рынка и рынка предприятий. Понятие целевого рынка. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Выбор целевых сегментов. Позиционирование товаров. Пути позиционирования товара на рынке. Методика позиционирования товара.

Товарная политика. Место и роль товарной политики в системе маркетинга. Понятие товара. Три уровня рассмотрения товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие товарной марки. Основные решения по использованию товарной марки. Развитие брендов. Упаковка товара. Основные и дополнительные функции. Сервисное обслуживание. Товарный ассортимент. Стратегия и этапы разработки нового товара. ЖЦТ. Стандартизация и сертификация товара. Качество и конкурентоспособность товара.

Ценовая политика предприятия. Цена и ее роль в комплексе маркетинга. Потребительская ценность и цена. Цели ценовой политики. Влияние рынка на ценообразование. Методы и стратегии ценообразования. Установление цен на новые товары. Демпинг.

Политика распределения. Место и роль политики распределения в системе маркетинга. Понятие канала распределения. Современные тенденции развития каналов распределения. Экономическая роль посредников. Каналы нулевого уровня. Структурная схема традиционного канала распределения и вертикальной маркетинговой системы, принципиальные различия. Факторы выбора торгового посредника. Интенсивное, выборочное и эксклюзивное распределение. Оптовая и розничная торговля.

Продвижение товаров на рынок. Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, личные продажи, методы стимулирования сбыта. Функции продвижения. Реклама, ее виды. Разработка рекламной кампании. Методы исчисления бюджета на продвижение. Оценка эффективности рекламной деятельности. Составляющие личной продажи. Основные этапы процесса эффективной продажи. Инструментарий стимулирования сбыта. Инструменты маркетинговых коммуникаций в информационную эпоху. Интернет-маркетинг. Роль социальных сетей.

Раздел 3. Стратегический маркетинг. Применение маркетинга.

Стратегия и тактика маркетинга. Понятие стратегии маркетинга как способа долгосрочного действия предприятия на рынке. Принципы формирования системы целей предприятия. Понятие стратегической модели. Ситуационный анализ. Матрица возможностей по товарам и рынкам. Стратегическая модель Портера. Понятие тактики маркетинга.

Управление маркетингом. Понятие управления маркетингом. Система маркетинга предприятия: понятие, принципы построения, структура. Факторы комплексного подхода к функционированию маркетинга на предприятии. Типы организационных структур: характеристика, преимущества и недостатки. Типы и система планов маркетинга. Финансовое обеспечение маркетинговой деятельности. Контроль в маркетинге.

Международный маркетинг. Понятие и сущность международного маркетинга. Выбор стратегии и разработка плана выхода на международный рынок.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Семинары (С)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление человеческими ресурсами» (Б1.Б.23)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов знаний по теории, методам, технологиям управления человеческими ресурсами в современных условиях, а также выработка практических навыков, необходимых в профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением 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);
- 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. (ОПК-3);
- владением 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).

Знать:

- научные точки зрения о содержании понятий «персонал», «человеческие ресурсы»;
- взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению персоналом;
- основные функциональные направления деятельности служб по работе с персоналом;
- содержание основных документов для регулирования трудовых отношений в организации;
- технологии подбора и найма персонала;
- принципы и методы управления служебно-профессиональным продвижением персонала;
- методы трудовой адаптации персонала;
- управление личным развитием, формирование и управление кадровым резервом;
- современные системы обучения персонала, направленные на профессиональное развитие персонала;
- теоретические и практические основы трудовой мотивации персонала;
- методы и процедуры оценки персонала;
- влияние организационной культуры на систему управления персоналом.

Уметь:

- применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности;
- проводить анализ содержания работы;
- оформлять основные нормативно-правовые, нормативно-методические и организационно-распорядительные документы;
- разрабатывать критерии отбора персонала;
- формировать программы трудовой адаптации,
- организовывать обучение персонала;
- выявлять и формировать мотивы персонала к эффективной трудовой деятельности;
- проводить подготовительный этап аттестации персонала;

Владеть:

- методами привлечения и отбора персонала;
- методами стимулирования персонала;
- методами оценки персонала;
- опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.

Понятия «Рабочая сила», «Трудовые ресурсы», «Персонал» «Человеческие ресурсы», «Управление человеческими ресурсами». Место подсистемы управления человеческими ресурсами в системе управления организацией. Взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами. Цели и задачи управления человеческими ресурсами. Современная система и технология управления человеческими ресурсами. Служба управления человеческими ресурсами (персоналом), ее структура и функциональные направления деятельности. Требования, предъявляемые к руководителям и специалистам (менеджерам) по персоналу в крупных организациях. Краткая характеристика основных функций управления персоналом. Управление человеческими ресурсами в США, странах западной Европы и Японии.

Содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических, методических и распорядительных документов для регулирования трудовых отношений в организации. Должностная инструкция и ее составные части. Профиль должности. Понятие и содержание трудового договора. Режим рабочего времени и времени отдыха. Взаимная ответственность работодателя и работника. Основания для прекращения трудового договора.

Раздел 2. Рынок труда и его влияние на обеспеченность организации человеческими ресурсами.

Современные технологии поиска и отбора персонала. Анализ резюме соискателей вакантной должности. Создание резерва кандидатов из внешних и внутренних источников.

Характеристика основных методов отбора соискателей (интервьюирование, «центр оценки», тестирование, рекомендации). Информационные, отсеивающие и отборочные интервью. Структура отборочного интервью. Обзор и оценка проведенного найма на работу. Контроль сотрудников, проходящих испытательный срок в организации. Анализ эффективности работы новых сотрудников и критериев, по которым они были приняты на работу.

Раздел 3. Направления деятельности по развитию человеческих ресурсов в организации.

Задачи менеджеров по персоналу и линейных руководителей в области развития персонала. Профориентация и трудовая (социальная, профессиональная, психофизиологическая) адаптация. Планирование и организация обучения персонала организации. Контроль и обратная связь при обучении. Расчет эффективности от повышения квалификации сотрудников. Планирование и управление деловой карьерой персонала. Понятие и виды карьер. Модели служебной карьеры. Соотношение между этапами карьеры сотрудника и его потребностями. Сущность и порядок формирования резерва руководящих кадров. Организация и методы работы с резервом руководящих кадров. Косвенные показатели уровня работы организации с резервом руководящих кадров. Понятие и классификация знаний. Система

управления знаниями. Инструментарий системы управления знаниями. Роль управления знаниями в развитии персонала и в обеспечении конкурентоспособности организации.

Раздел 4. Смысл и эволюция понятия мотивации.

Потребности. Мотивы. Ожидания. Притязания. Стимулы. Механизм мотивации. Закон результата. Мотивация через потребности. Основные содержательные (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д.Мак Клеlland). И процессуальные теории мотивации (теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера, теория Скиннера). Поведенческие реакции персонала на возникновение барьеров при достижении поставленных целей. Практические рекомендации для руководителей по управлению поведением работников. Материальное и нематериальное стимулирование. Компенсации и льготы. Типы компенсаций, используемых в иностранных и российских компаниях. Примеры систем оплаты труда в российских и зарубежных компаниях, их преимущества и недостатки.

Раздел 5. Контроль деятельности персонала и его функции.

Предварительный, текущий и заключительный виды контроля. Обратная связь при осуществлении текущего контроля. Функционирование организационной системы контроля. Возможные негативные последствия контроля. Оценка персонала. Административная, информационная и мотивационная цели оценки результатов деятельности. Эффективность оценки результатов деятельности. Аттестация, процедура ее подготовки и проведения.

Организационная культура и ее влияние на различные аспекты управления человеческими ресурсами.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	60
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «История управленческой мысли» (Б1.Б.24)

1. Цель дисциплины – формирование базовых представлений в области истории управления, соответствующих современному этапу развития менеджмента. Данный курс обеспечивает

знакомство студентов с основными этапами и направлениями развития управленческой мысли, а также трудами выдающихся представителей управленческой науки, изучение национальных моделей менеджмента, отечественной теории и практики управления, осмысление вклада наиболее известных концепций и школ в развитие менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью 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).

Знать:

- специальную терминологию общего менеджмента,
- основополагающие концепции, теории и школы менеджмента, а также законы и закономерности развития социальных систем (организаций),
- основные функции, принципы, методы и стили управления.

Уметь:

- выявлять противоречия между теорией и практикой менеджмента, творчески мыслить и находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,
- применять методы научной организации труда для эффективного управления человеческими и др. ресурсами.

Владеть:

- навыками анализа внешней и внутренней среды организации,
- навыками разработки, обоснования, принятия и реализации управленческих решений,
- навыками разрешения конфликтных ситуаций в организациях.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.

Введение в дисциплину. Периодизация истории менеджмента. Основные особенности развития методов управления в доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную эпохи. Основные факторы развития практики менеджмента и управленческой мысли.

Зарождение менеджмента. Особенности управления в цивилизациях Древнего Востока и античной цивилизации. Религиозно – коммерческая управленческая революция. Светско– административная управленческая революция. Свод законов Хаммурапи. Производственно– строительная управленческая революция. Деятельность Навуходоносора II. Государственное и военное управление. Управленческая мысль в Древней Греции. Римская империя и развитие управления.

Управленческая мысль в эпоху Возрождения. Принципы управления Н. Макиавелли. Факторы и условия становления и развития промышленного капитализма. А.Смит о сущности управленческого труда. Утопия Оуэна, его вклад в развитие менеджмента.

Зарождение теории менеджмента в США.

Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента.

Предшественники научного менеджмента. Школа научного управления. Ф.У. Тейлор и др. представители. Хронометрирование. Система оплаты труда. Административная школа А. Файоля. Функции управления, принципы управления. Качества администратора. Теория бюрократии М. Вебера.

Школа человеческих отношений. Э.Мэйо. Хоторнский эксперимент и его основные выводы. М. П. Фоллет. Ч. Барнард. Власть в организации. Формальная и неформальная организация.

Развитие управленческой мысли в рамках поведенческой школы. Основные представители, характеристика основных положений.

Раздел 3. Современный менеджмент.

Современные подходы в менеджменте. Основы количественного подхода, значение математических методов в управлении. Процессный подход как концепция управленческой мысли. Основы системного подхода. Ситуационный подход в менеджменте. Концепция управления по целям П. Друкера.

Современные модели менеджмента. Влияние национально-исторических факторов на формирование национальной модели менеджмента. Японская модель менеджмента. Американская модель менеджмента. Европейская модель менеджмента.

Раздел 4. Развитие управления в России.

Зарождение менеджмента в России (начало XX в). Особенности развития капитализма в России. Предпосылки возникновения научного менеджмента в России. Распространение тейлоризма. Концепция НОТа А. Журавского. Культура труда и управления А. Гастева: трудовое обучение, культура труда. Разработки харьковской школы управления. Ф.Дунаевский: функции управления, вопросы дисциплины, «теория распоряжений». А. Богданов и его вклад в развитие теории управления и общей теории систем.

Особенности и перспективы российского менеджмента. Управленческий аспект перехода к рыночной экономике. Использование мирового опыта в постсоветской России. Российская модель менеджмента, проблемы ее формирования.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,12	76
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	24
Лекции	0,44	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,12	57
Контактная самостоятельная работа	2,12	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение» (Б1.Б.25)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся теоретических основ и практических навыков в области создания и функционирования организаций в современном обществе, принципов построения организации на основании предложенных моделей и обеспечения ее функционирования, а также моделей поведения человека в организации, механизмов мотивации индивидов, их взаимоотношениях, осуществления эффективного руководства организациями.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5).
- способность находить организационно-управленческие решения и готовность 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).

Знать:

- методы и модели построения организаций;
- методы решения проблем, возникающие при обеспечении функционирования организаций;
- существующие модели и механизмы мотивации индивидов, необходимые при проектировании работы в организации.
- закономерности осуществления руководства организациями.

Уметь:

- выявлять причины недостаточной эффективности организаций;
- самостоятельно решать сложные поведенческие задачи;
- грамотно выстраивать межличностные отношения.

Владеть:

- навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых интересов;
- навыками работы над выполнением принятых решений во взаимодействии с коллективом и партнерами;
- этикой руководства.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Организационные типы и структуры.

1.1. Предмет и метод науки об организационном поведении.

Общее представление о теории и практике организационного поведения. Связь науки об организационном поведении с другими науками: психологии личности, социальной психологии, психологии общения, управления персоналом, теорией управления, социологией и др.

Базовые аспекты организационного поведения: определения и понятия, теоретическая основа ОП, роль ОП в управлении организациями. Основные задачи науки организационного поведения.

Роль и место знаний, умений и навыков организационного поведения в деятельности менеджера в современных условиях бизнеса.

Понятие организации и контролируемой деятельности в организации. Потребность в контролируемой деятельности. Общность целей организации и индивидуальных целей членов организации.

Связь организационного поведения с теорией менеджмента. Классификация школ менеджмента.

1.2. Организационная структура: понятие и назначение. Различные подходы к изучению организаций.

Способы формирования структур, их природа, модификация структур с целью повышения эффективности функционирования организаций. Наиболее значимые модели организационного устройства, выдвинутые теоретиками и практиками организационного управления.

Описание природы организации при помощи метафор. Пять типов метафор Г. Моргана, при помощи которых можно описать организации.

Основные теоретические подходы к исследованиям поведения человека в профессиональной среде: школа научного управления Ф. Тейлора и Ф. Гилберта, административная школа М. Вебера. Идеи и принципы А. Файоля и Л. Урвика относительно эффективности функционирования организаций.

1.3. Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм. Стратегический выбор.

Видение организации с точки зрения ситуационизма. Идеи ситуационистов о невозможности существования идеальной, универсальной структуры организации. Возможность сосуществования в одной организации элементов бюрократической, современной и супергибкой матричной структуры.

Основные идеи школы технологического детерминизма об определяющей роли технологии при формировании структуры организации. Вывод о том, что различные технологии требуют создания различных структур. Классификация организаций в зависимости от существующих в них технологий. Результаты изучения взаимосвязи между производством, разработкой продукции и маркетингом. Исследование механизма принятия решений управленческим аппаратом организации. Координация действий между членами менеджерского звена. Зависимость возникающих в организациях ситуаций неопределенности от видов технологий.

Энвайронменталистский детерминизм. Исследования Т. Бёрнса и Д. Столкера. Понятия и показатели механистической и органической систем менеджмента, введенные Т. Бёрнсом и Д. Столкером. Выводы этих ученых о том, что в зависимости от условий, организация может переключаться с одной системы на другую, т.к. не существует оптимальной системы управления.

Понятия дифференциации и интеграции. Исследования П. Лоренса и Д. Лорша по определению степени воздействия условий окружающей среды на способность организации разрешать проблему конфликта между дифференциацией и интеграцией.

Связь между внешней средой и структурой организации. Доказательство важности роли окружающей среды организации, а также секторов окружающей среды для ее отделов в определении оптимальной структуры в данных условиях.

Модель классификации окружающих сред Р. Данкана по четырём типам, в соответствии со сложностью и скоростью происходящих в них изменений.

Идеи сторонников стратегического выбора о связи между структурой организации, её технологиями и внешней средой.

1.4. Создание эффективных организаций. Виды организационных структур. Организация как система. Структурные конфигурации. Идеи Г. Минцберга касательно организационной структуры.

Принципы построения оптимальных структур управления. Основные типы организационных структур: линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная (проектная), их особенности, преимущества и недостатки.

Основные структурные формы: высокая или низкая степень специализации, высокая или плоская структура, узкая или широкая структура, централизованная или децентрализованная, жёсткий или слабый контроль. Виды и функции контроля.

Представление об организации, как об открытой системе. Исследования Э. Триста и К. Бамфорта. Установление взаимозависимости между технологией и социальными потребностями людей. Понятие социотехнической системы.

Идеи Г. Минцберга касательно структуры организации. Четыре составляющих блока организационной структуры.

1. Три основания организации: основные составляющие организации (стратегический апекс, срединная линия, операционное ядро, техноструктура, вспомогательный персонал), координационные механизмы и система потоков.

2. Девять конструктивных параметров: рабочая специализация, формализация поведения, подготовка и внедрение человека в организацию, классификация групп, размер групп, системы планирования и контроля, механизмы связи, вертикальная децентрализация, горизонтальная децентрализация.

3. Четыре ситуативных фактора: возраст и размер, техническая система, внешняя окружающая среда, власть/полномочия.

4. Пять структурных конфигураций: простая структура, механистическая бюрократия, профессиональная бюрократия, дивизиональная структура, адхократия. Описание, условия функционирования и проблемы этих структур.

Основные координационные механизмы, необходимые для функционирования организационных структур.

Базовые принципы, представляющие организацию, как систему потоков.

Основные задачи, стоящие перед создателями организационных структур. Контекстуальные вопросы (сложность производственной деятельности, уровень задействованных технологий, ситуация с наймом и подготовкой персонала, уровень стабильности или нестабильности внешней среды), которые должны быть приняты во внимание при разработке структуры организации.

Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций.

2.1. Личность человека в организации.

Понятия «человек», «индивид», «личность», «индивидуальность», «работник». Источники различий в характеристиках личности. Основные факторы, влияющие на индивидуальное поведение. Взаимосвязь между индивидуальным восприятием, поведением, установками и ценностями. Процесс восприятия. Сущность, свойства, функции, формирование важнейших установок личности и способы их изменения и их влияние на организационное поведение.

Обзор исследований человеческих факторов труда, т.н. Хоторнские эксперименты, проведённые Э. Мэйо Ф. Рётлибергером. Основные выводы исследований. Важность изучения человеческих потребностей при создании и эксплуатации организационных структур.

2.2. Теории мотивации и факторы поведения работников в организации.

Обзор теорий мотивации и основных факторов, влияющих на поведение.

Основные показатели, которые могут повлиять на то, что человек понимает как потребность и как он пытается удовлетворить свои потребности. Внутренние и внешние факторы, влияющие на мотивацию к работе. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу. Теория потребностей К. Альдерфера.

Социопсихологический подход в менеджменте и теории организации. Теория зрелости и незрелости К. Арджириса. Теории Х и Y Д. МакГрегора.

Факторы, влияющие на удовлетворенность работой по Ф. Герцбергу. Факторы, обуславливающие возникновение чувства наибольшей неудовлетворённости. Двухфакторная теория удовлетворённости (мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга).

Теория мотивации через достижения по Д. МакКлелланду. Личные цели человека и их связь с возникновением и удовлетворением потребностей, стремлений, импульсов, стимулов. Реакции человека в зависимости от ценности его деятельности и его собственных способностей. Зависимость успеха результата деятельности от ожиданий человека, от типа личности, и от того, насколько предыдущие результаты деятельности подкрепляют ожидания.

2.3. Формирование группового поведения.

Значение группового поведения в деятельности организации. Классификация групп. Теория формирования групп (модель Дж. Хоуманса). Преимущества и недостатки работы в группе.

Особенности влияния группы на деятельность индивида. Факторы, влияющие на групповую сплоченность. Различия формальных и неформальных групп. Характеристика ролей в группе. Взаимодействие человека и группы в организации. Взаимодействие руководителей с неформальными группами.

Методы управления конфликтным поведением индивида, группы. Характеристика межгрупповых конфликтных ситуаций. Причины конфликтов.

2.4. Лидерство в организации.

Сущность и классические исследования лидерства. Функции лидера. Механизмы лидерства.

Особенности формального и неформального лидерства.

Представление о природе власти в организации. Взаимосвязь понятий «власть», «влияние», «полномочия», «лидерство». Источники и типы власти в организации.

Стили работы руководителей. Анализ руководящего стиля по Р. Лайкерту. Модель реализации власти руководителя. Делегирование полномочий как способ укрепления власти руководителя. Механизм участия в управлении.

Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде.

3.1. Организационный маркетинг.

Понятие организационного маркетинга и имиджа и управление им. PR и его роль в формировании имиджа. Бренд компании. Этика организации. «Фирменный стиль» организации. Фирменный стиль одежды (дресс-код). Показатели высокого имиджа организации в глазах сотрудников.

3.2. Организационное поведение в системе международного бизнеса.

Ключевые аспекты международной деловой среды. Подготовка к работе на глобальном рынке. Фактор различия в коммуникативных процессах. Поведение транснациональных корпораций.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Курсовая работа		35,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		24
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Курсовая работа		26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		18
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

1. Цель дисциплины - сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки по методологии и организации получения информации о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности. Данный курс обеспечивает формирование знаний в области финансового учета, как неотъемлемой информационной части системы управления предприятием.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

знать:

- сущность, принципы, предмет и задачи бухгалтерского учета;
- систему сбора, обработки, хранения и подготовки учетной и отчетной информации в соответствии с требованиями бухгалтерского учета;
- методы бухгалтерского учета и экспресс-анализа финансового состояния предприятия;
- характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования;
- характеристику и отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций;
- экономический смысл информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности;

уметь:

- самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах;
- работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами;
- применять методы экспресс-анализа финансового состояния предприятия.

владеть:

- методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов;
- методикой анализа финансового состояния предприятия.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Основы финансового учета.

Понятие хозяйственного учета.

Виды хозяйственного учета. Сущность и задачи финансового (бухгалтерского) учета. Финансовый и управленческий учет. Законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского (финансового) учета в РФ.

Объекты финансового (бухгалтерского) учета.

Состав и система классификации объектов финансового (бухгалтерского) учета. Имущество организации, источники его образования, хозяйственные процессы, доходы, расходы и финансовый результат. Роль объектов учета в хозяйственной деятельности предприятий и в обеспечении финансовых результатов.

Методы финансового (бухгалтерского) учета.

Основные элементы метода бухгалтерского учета. Документирование, инвентаризация, балансовое обобщение, счета, двойная запись, оценка, калькулирование.

Требования к составлению, оформлению и регистрации документов, отражающих содержание хозяйственных фактов.

Правила стоимостной оценки объектов учета в зависимости от способов их поступления.

Назначение счетов бухгалтерского учета, их виды (активные, пассивные, активно-пассивные). Схемы соответствующих счетов.

Понятие двойной записи. Бухгалтерские проводки и корреспондирующие счета.

Понятие баланса как равенства имущества и обязательств. Балансовое уравнение. Изменения в балансе под влиянием хозяйственных операций.

Цели, порядок проведения инвентаризации. Отражение результатов инвентаризации в аналитическом и синтетическом учете.

Организация финансового (бухгалтерского) учета.

Основные принципы и правила организации финансового (бухгалтерского учета). Требование полноты, своевременности, осмотрительности, приоритета содержания над формой, рациональности, непротиворечивости. Основополагающие принципы: стоимостная оценка, начисление, существенность, осмотрительность, объективность и др.

Функции. Права и обязанности бухгалтерской службы.

Учетные регистры. Понятие бухгалтерской отчетности, ее состав и содержание.

Раздел 2. Финансовый (бухгалтерский) учет.

Учет денежных средств.

Безналичная форма расчетов. Порядок открытия расчетного счета предприятия. Документальное оформление банковских операций с расчетным счетом. Правила ведения кассовых операций и их документальное оформление. Отчет о движении денежных средств

Учет основных средств. (ОС)

Определение (ОС), классификация, оценка. Учет наличия и движения основных средств. Амортизация основных средств. Порядок переоценки ОС. Понятие капитальных вложений.

Понятие НА, классификация и оценка. Учет поступления и выбытия. Определение срока полезного использования НА. Амортизация НА.

Учет финансовых вложений.

Определение, классификация и оценка финансовых вложений. Учет вкладов в уставные капиталы других организаций. Учет финансовых вложений в займы. Учет финансовых вложений в акции и облигации. Обесценение финансовых вложений, создание резерва под обесценение.

Учет материально-производственных запасов (МПЗ).

Понятие, классификация, оценка и основные задачи учета МПЗ. Документальное оформление поступления и расходования материальных ценностей. Синтетический учет материалов. Учет резерва под снижение стоимости материальных ценностей.

Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции.

Расходы организации: их понятие и группировка. Сущность и содержание затрат. Затраты, относимые на себестоимость продукции, прибыль предприятия и специальные источники финансирования. Исчисление себестоимости товарного выпуска продукции на базе полных и переменных затрат.

Учет готовой продукции и ее реализации.

Готовая продукция, ее виды и оценка. Синтетический учет готовой продукции. Учет отгрузки. Учет расходов, связанных с продажей продукции, товаров, работ и услуг. Учет реализации.

Учет расчетов по оплате с персоналом.

Виды, формы и системы оплаты труда, порядок ее начисления. Состав фонда заработной платы и выплат социального характера. Состав затрат на оплату труда, включаемых в себестоимость продукции. Учет удержаний из заработной платы. Учет расчетов по социальному страхованию.

Учет текущих обязательств и расчетов.

Принципы учета дебиторской и кредиторской задолженности. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет расчетов с учредителями. Расчеты с покупателями и поставщиками. Форма расчетов.

Учет расчетов по федеральным налогам. Учет расчетов по налогам субъектов российской Федерации. Учет расчетов по местным налогам. Учет расчетов по внебюджетным платежам.

Учет собственных и заемных средств

Понятие и состав капитала организации. Учет уставного капитала, резервного и добавочного капитала.

Понятие кредитов и займов. Учет расчетов по кредитам банков и заемным средствам.

Учет финансовых результатов.

Структура и порядок формирования финансового результата деятельности организации. Финансовые результаты от обычных видов деятельности и прочих доходов и расходов. Учет нераспределенной прибыли.

Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности

Анализ финансового состояния организации.

Анализ ликвидности баланса. Расчет показателей платежеспособности и ликвидности. Типы финансовой устойчивости и факторы ее определяющие.

Анализ финансовых результатов и деловой активности организации.

Анализ показателей прибыли и рентабельности. Факторы, определяющие уровень прибыли и рентабельности организации. Анализ деловой активности и факторы на нее влияющие.

Анализ ресурсов организации.

Оценка, наличие, структура, динамика, производительность внеоборотных и оборотных активов, трудовых и финансовых ресурсов.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	60
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансовые рынки и институты» (Б1.Б.27)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о структуре и особенностях формирования современных финансовых рынков с учетом актуальных тенденций их развития. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области финансовых рынков и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью 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).

Знать:

- структуру и задачи финансового рынка;
- устройство финансового рынка и содержание финансовых активов;
- основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни;
- особенности обращения финансовых активов на указанных рынках;
- назначение финансовых институтов.

Уметь:

- правильно оценивать риски инвестиций;
- выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками;
- производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.

Владеть:

- основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;
- методами контроля над финансовым положением эмитента;
- навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Финансы и финансовые рынки.

Сущность и функции финансов. Финансовая политика и финансовый контроль. Сущность финансовых рынков. Функции финансовых рынков. Виды финансовых рынков: валютный рынок, рынок денег, рынок кредитов, рынок ценных бумаг, страховой рынок, рынок золота, рынок драгоценных металлов.

Структурные элементы финансовой системы Российской Федерации: государственные финансы; финансы предприятий; страхование как отдельная экономическая категория, кредитно-банковская система и органы финансового контроля. Классификация финансовых ресурсов. Состав финансовых ресурсов государства. Состав финансовых ресурсов предприятий. Источники финансовых ресурсов.

Бюджетное устройство и бюджетный процесс в Российской Федерации. Экономическое содержание и структура государственных финансов, состав и структура государственных доходов, сущность и функции налогов, налоговая система, состав и структура государственных расходов. Бюджетный процесс и его стадии. Структура муниципальных финансов. Внебюджетные фонды, их роль и задачи.

Раздел 2. Рынок ценных бумаг.

Понятие ценной бумаги. Эмиссия и обращение ценных бумаг. Порядок эмиссии ценных бумаг. Первичный РЦБ. Вторичный РЦБ. Биржевой рынок. Внебиржевой рынок. Особенности функционирования первичного рынка РЦБ. Виды ценных бумаг. Привилегированные и обыкновенные акции. Государственные и корпоративные облигации. Порядок начисления дивидендов и процентов. Вексель. Коносамент. Сберегательный сертификат. Депозитный сертификат. Банковская сберегательная книжка. Чек. Складское свидетельство: двойное, залоговое, складское, простое. Депозитарные расписки.

Понятие, цели и необходимость регулирования рынка ценных бумаг. Принципы регулирования. Виды регулирования: государственное регулирование и саморегулирование. Система государственного регулирования рынка ценных бумаг: органы государственного надзора, законодательно-правовая база регулирования, национальные особенности регулирования рынка.

Сущность биржевой торговли. Понятие биржи и история их возникновения. Виды бирж. Биржевой товар. Базисные рынки. Организация биржи и ее управление.

Организация биржевого торгога. Биржевые сделки. Выявление биржевой цены. Клиринг и расчеты по биржевым сделкам. Компьютеризация биржевого дела. Срочные биржи. Ведущие биржи мира. Российские биржи.

Посредники на рынке ценных бумаг: финансовые и профессионалы фондового рынка: брокеры, дилеры и управляющие компании. Задачи, функции и условия работы на рынке ценных бумаг. Спекулянты на рынке ценных бумаг, их виды и задачи.

Раздел 3. Страховой рынок.

Место страхования в современной экономике России. Макроэкономические показатели развития страхового рынка. Понятие неблагоприятного события. Виды неблагоприятных событий. Методы борьбы с неблагоприятными событиями - превенция, репрессия, компенсация. Страхование как механизм компенсации.

Страхование в системе экономических отношений. Страховой фонд как материальный носитель категории страхования. Способы формирования страховых фондов. Централизованные страховые фонды, их виды, формы и назначение. Достоинства и недостатки централизованного способа создания и использования страховых фондов. Самострахование как способ формирования страховых фондов: его особенности, преимущества и недостатки. Страхование как способ формирования страховых фондов.

Сущность страхования. Признаки, характеризующие специфичность страхования как экономической категории. Функции страхования. Дискуссионные вопросы сущности и функций страхования.

Сфера применения страхования. Место страхования в рыночной экономике. Необходимость и проблемы развития страхования в России.

Понятие и классификация страхования имущества. Основные условия договоров страхования имущества. Объекты страхования и страховые риски. Страхователи. Методы определения страховой стоимости имущества. Системы страхового покрытия. Франшиза.

Понятие гражданской ответственности и особенности ее страхования. Субъекты правоотношений при страховании ответственности. Объекты страхования и объем ответственности. Понятие лимита страховой ответственности и методы его установления.

Экономическое значение личного страхования граждан, его взаимосвязь с социальным страхованием и обеспечением. Страховой интерес и страховой риск в личном страховании. Особенности договоров личного страхования, их существенные условия.

Раздел 4. Кредитный рынок.

Становление российской банковской системы. Перспективы развития банковской системы. Понятие и структура кредитной системы. Кредитный механизм и банковская организация кредитных отношений.

Понятие банковской системы. Банк как элемент банковской системы. Современная структура банковской системы РФ. Функции банков как особых финансовых посредников. Виды и организационная структура коммерческих банков. Принципы деятельности коммерческих банков. Организационно-правовые формы кредитных организаций. Порядок создания и реорганизации кредитных организаций. Отзыв лицензии и ликвидация кредитных организаций. Реформы банковской системы. Формирование устойчивой банковской системы в современных условиях. Банковские риски. Страхование банковской деятельности.

Статус, функции и задачи Банка России. Принципы организации и организационное построение Банка России. Операции Банка России. Баланс Банка России. Денежно-кредитная политика Банка России. Роль Банка России в проведении единой государственной денежно-кредитной политики. Цели и основные направления денежно-кредитной политики. Инструменты и методы денежно-кредитной политики. Основные ориентиры денежно-кредитной политики Банка России на текущий период.

Депозиты до востребования. Срочные депозиты. Преимущества и недостатки для банка и клиента. Недепозитные источники формирования ресурсов. Начисление процентов по вкладам и другим долговым обязательствам банка. Агентство по страхованию вкладов. ОФБУ и индивидуальное управление. Небанковские кредитные организации.

Раздел 5. Рынок драгоценных металлов и камней.

Сущность и операции рынка драгоценных металлов. Международные принципы организации рынка драгоценных металлов. Роль рынка драгоценных металлов в механизме финансового рынка. Анализ современного рынка драгоценных металлов России. Сырьевая база и проблемы золотодобычи в России. Внутренний рынок драгоценных металлов в России. Операции российских банков с драгоценными металлами.

Основные месторождения, методы добычи и добывающие компании в мире. Анализ мировой ситуации на рынке драгоценных камней. Драгоценные камни как средство сбережений. Состояние российского алмазно-бриллиантового комплекса и его роль на мировом рынке.

Раздел 6. Валютный рынок и международные финансовые институты.

Валюта и валютные ценности. Понятие валютной системы. Элементы валютной системы. Понятие конвертируемости валюты. Национальная валютная система. Региональная валютная система. Взаимосвязь национальной и мировой валютных систем. Место России в мировой валютной системе. Сущность и разновидности золотого стандарта. Парижская валютная система. Генуэзская валютная система. Валютные блоки начала 20 века. Бреттон-Вудская валютная система. Ямайская валютная система и проблемы ее развития. Европейская валютная система. Методы государственно-административного регулирования. Методы рыночного регулирования.

Типы валютных рынков по степени организованности. Типы валютных рынков по валютным ограничениям. Типы валютных рынков по степени распространения. Функции валютного рынка. Особенности формирования валютного рынка в России. Рынок FOREX –понятие и основные зоны.

Международный валютный фонд. Основные направления деятельности МВФ. Структура органов управления и уставный капитал МВФ. Проблемы и перспективы МВФ. Виды и направления деятельности Всемирного банка (Международного банка реконструкции и развития). Основные задачи, управление и деятельность Банка международных расчетов. Организация деятельности БМР. Международные финансовые и офшорные центры.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	6	216
Аудиторные занятия:	2,67	96
Лекции (Лек)	1,78	64
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,33	84
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Виды контроля:	Зачет/Экзамен	
В том числе по семестрам		
3 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	108
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	108
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Лек)	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	0,67	24
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,67	24
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	6	162
Аудиторные занятия:	2,67	72
Лекции (Лек)	1,78	48
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	2,33	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		62,85
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		27,6
Вид контроля:	Зачет/ Экзамен	
В том числе по семестрам		
3 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	81
Аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	3	81
Аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Лек)	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	0,67	18
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,67	18
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансовый менеджмент» (Б1.Б.28)

1. Цель дисциплины – дать студентам основные знания в области финансового менеджмента и подготовить к решению задач, связанных с привлечением и инвестированием финансовых ресурсов и управлением активами организации. В **основные задачи дисциплины** входит рассмотрение роли и места финансового менеджмента в компании; ознакомление студентов с теоретическими основами финансового менеджмента; выработка у студентов навыков решения прикладных задач в области финансового менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- умением 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);

- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

Знать:

- фундаментальные концепции финансового менеджмента;
- принципы, способы и инструменты оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;

Уметь:

- оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;
- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- проводить оценку основных финансовых инструментов;
- проводить оценку инвестиционных проектов;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- применять модели управления запасами, планирования потребности организации в запасах;

Владеть:

- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента.

Введение. Предмет финансового менеджмента. История развития финансового менеджмента. Задачи финансового менеджмента в компании. Структура финансовой службы в компании. Основные концепции, лежащие в основе принятия финансовых решений.

Тема 1. Финансовая отчетность компании.

Бухгалтерский баланс как отражение имущественного состояния компании. Балансовое равенство. Структура и составляющие активов и пассивов.

Отчет о прибылях и убытках. Показатели эффективности хозяйственной деятельности компании.

Отчет о движении денежных средств. Источники и направления расходования денежных средств. Денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Составление отчета о движении денежных средств прямым и косвенным методами.

Последовательность формирования финансовых отчетов и их взаимосвязь.

Тема 2. Анализ финансовой отчетности компании.

Вертикальный и горизонтальный анализ.

Анализ с помощью финансовых коэффициентов.

Анализ ликвидности, деловой активности, финансовой устойчивости, рентабельности.

Анализ Дюпон.

Анализ отчета о финансовых результатах в формате МСФО. Смысл и использование понятия EBITDA.

Ограничения финансового анализа. Отраслевая специфика.

Выводы на основании анализа финансовой отчетности для принятия управленческих решений

Тема 3. Финансовое планирование.

Понятие финансового планирования. Прогнозирование объема продаж и выручки – метод процента от продаж. Прогнозирование расходов и прибыли. Прогнозирование изменения финансового состояния. Использование Microsoft Excel для составления финансовых моделей.

Спонтанное финансирование. Самопроизвольный устойчивый рост (sustainable growth). Потребность во внешнем финансировании.

Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов.

Тема 4. Основы финансовой математики.

Теория временной стоимости денег. Понятие будущей и текущей стоимости денег. Компаундирование и дисконтирование. Простые и сложные проценты. Кратность начисления процентов. Эффективная ставка. Переменные процентные ставки.

Понятие денежного потока, виды денежных потоков. Аннуитеты постнумерандо и пренумерандо. Компаундирование и дисконтирование аннуитетов. Кратность начисления процентов. Бессрочный аннуитет (вечная рента).

Использование Microsoft Excel для расчетов.

Тема 5. Доходность и риск.

Понятие дохода и доходности (рентабельности, нормы дохода). Источники дохода. Историческая и ожидаемая доходность.

Понятие риска. Мера риска. Анализ единичного риска: ожидаемая доходность, дисперсия, среднеквадратичное отклонение. Соотношение риска и доходности: коэффициент вариации.

Доходность и риск портфеля активов. Расчет ковариации, коэффициента корреляции. Систематический и несистематический риск. Понятие диверсификации.

Взаимосвязь риска и доходности: модель оценки капитальных (финансовых) активов (CAPM). Графическое представление, использование, ограничения CAPM. Рыночное равновесие и эффективный фондовый рынок.

Тема 6. Оценка стоимости и доходности финансовых активов.

Виды ценных бумаг. Долговые и долевы, эмиссионные и неэмиссионные ценные бумаги. Процедура эмиссии.

Свойства долговых ценных бумаг - облигаций. Основные характеристики облигации. Классификация облигаций. Виды доходностей: текущая, реализованная, доходность к погашению. Оценка стоимости и доходности купонных облигаций, оценка стоимости и доходности бескупонных облигаций.

Свойства долевы ценных бумаг. Акция. Основные характеристики акции. Классификация акций. Оценка стоимости акций с постоянным дивидендом, оценка стоимости акций с изменяющимся дивидендом. Формула Гордона. Оценка доходности акций.

Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании.

Тема 7. Инвестиционная стратегия компании.

Процесс разработки инвестиционной стратегии. Экономическая сущность и классификация инвестиций. Особенности реальных инвестиций. Понятие и виды инвестиционных проектов.

Тема 8. Критерии принятия инвестиционных решений.

Статические и динамические критерии принятия инвестиционных решений - учетная норма доходности (Accounting Rate of Return, ARR), срок окупаемости (Payback Period, PP), дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period, DPP), чистая приведенная стоимость (Net Present Value, NPV), внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR), модифицированная внутренняя норма доходности (Modified Internal Rate of Return, MIRR), индекс рентабельности инвестиции (Profitability Index, PI), их преимущества и недостатки

Использование MS Excel для расчетов.

Тема 9. Расчет денежных потоков инвестиционного проекта.

Приростный подход при расчете денежных потоков. Структура денежных потоков: связанные с началом проекта, в процессе реализации проекта, связанные с завершением проекта. Расчет денежных потоков.

Учета инфляции и риска в инвестиционном анализе.

Раздел 4. Финансовая стратегия компании.

Тема 10. Стоимость капитала.

Понятие стоимости капитала. Стоимость заемного капитала. Стоимость внутреннего и внешнего собственного капитала (модель постоянного дивиденда, модель постоянного роста); стоимость Структура капитала и ее влияние на стоимость: модель средневзвешенной стоимости капитала. Маржинальная стоимость капитала.

Тема 11. Структура капитала.

Целевая структура капитала. Операционный и финансовый риски. Операционный и финансовый рычаги. Комбинированный рычаг. Преимущества и недостатки собственного и заемного финансирования.

Теории структуры капитала. Модель Миллера-Модильяни. Оптимальная структура капитала. Факторы, определяющие структуру капитала на практике.

Тема 12. Дивидендная политика.

Сущность дивидендной политики. Теории влияния дивидендной политики на стоимость компании. влияющие на дивидендную политику. Дивидендная политика на практике. Формы выплаты дивидендов.

Тема 13. Инструменты долгосрочного финансирования.

Финансирование собственного капитала: эмиссия, категории акций; механизмы привлечения акционерного капитала. Формирование добавочного и резервного капитала; факторы, влияющие на распределение прибыли.

Прямые инвестиции. Виды прямых инвестиций.

Средне- и долгосрочное заемное финансирование. Банковский кредит: стоимость, процедура получения, достоинства и недостатки. Использование долговых ценных бумаг (корпоративные облигации, кредитные ноты, варранты, векселя, складские свидетельства). Альтернативные источники финансирования – лизинг, ЕСА-, LBO-финансирование, финансирование от поставщиков оборудования, проектное финансирование.

Раздел 5. Управление оборотным капиталом.

Тема 14. Управление оборотными активами.

Политика предприятия в области оборотного капитала; компоненты оборотного капитала; Операционный, производственный и финансовый циклы.

Управление денежными средствами и их эквивалентами. Целевое сальдо денежных средств. Структура портфеля краткосрочных финансовых вложений.

Управление дебиторской задолженностью (ДЗ). Выработка кредитной политики. Анализ кредитоспособности покупателя. Процедуры и политики взыскания ДЗ.

Анализ и управление производственными запасами. ABC-метод контроля запасов. Определение оптимального объема заказа.

Тема 15. Финансирование оборотных активов.

Консервативный и агрессивный подходы к финансированию оборотных активов.

Роль кредиторской задолженности.

Краткосрочные кредиты – виды.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135

Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	60
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента» (Б1.Б.29)

1. Цель дисциплины – формирование системы знаний и умений в области управления. Данный курс дает будущим специалистам базу для решения актуальных задач в области общего менеджмента организаций, методов принятия управленческих решений и осуществления лидерских функций.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- 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 (ОПК-3);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).

Знать:

- основы управления предприятием,
- функции менеджмента,
- виды организационных структур,
- принципы управления персоналом,
- основы принятия управленческих решений,
- виды стратегий развития деятельности предприятия.

Уметь:

- обеспечить комплексный подход в рассмотрении отдельных экономических и профессиональных проблем,
- находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,
- применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия.

Владеть:

- методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка,
- методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе формирования коллектива и управления им.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Современные концепции менеджмента.

Теоретические основы менеджмента. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Менеджмент как наука и практика управления. Цели менеджмента. Функции менеджмента, их взаимосвязь. Виды менеджмента. Особенности современного менеджмента. Процесс управленческого труда в организации.

Эволюция теории и практики управления как основа развития современного менеджмента. Историческая последовательность в развитии теории и практики управления. Основные школы и научные подходы к управлению.

Организация как система. Эффективность организации. Общие характеристики организации. Современная классификация ресурсов организации. Пути повышения эффективности организации. Взаимодействие организация – среда. Среда прямого и косвенного воздействия. Факторы внешней среды. Роль внешней среды в современных условиях России. Внутренняя среда организации.

Раздел 2. Основные функции менеджмента.

Планирование в менеджменте. Сущность и задачи планирования. Виды планирования. Необходимость и сущность стратегического планирования, процесс стратегического планирования. Определение миссии организации. Факторы и критерии выбора миссии. Выбор целей, их конкретность, измеримость, достижимость и временная определенность. Понятие «дерева целей». Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Реализация стратегии – выбор тактики и политики, разработка процедур, правил, бюджетов.

Структура управления организацией. Формальные и неформальные организации. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Необходимость разработки организационной структуры. Принципы построения. Типы организационных структур. Необходимость координации деятельности подразделений. Централизация и децентрализация. Показатели и факторы, определяющие степень децентрализации. Сравнительная характеристика централизованных и децентрализованных систем управления. Необходимость и сущность делегирования. Понятие ответственности и полномочий. Проблемы осуществления делегирования с точки зрения руководителя и подчиненного.

Мотивация и потребности. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации. Потребности как основа мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Место мотивации в различных системах управления (США, Япония). Материальное и моральное поощрение.

Коммуникационные процессы в менеджменте. Коммуникации, основные элементы. Модель коммуникационного процесса. Обратная связь и помехи. Факторы, влияющие на процесс коммуникаций. Виды коммуникаций, их влияние на эффективность управленческой деятельности. Совершенствование организационных коммуникаций.

Принятие и реализация управленческих решений. Процесс принятия управленческих решений и его сущность. Классификация управленческих решений. Подходы к принятию решений. Этапы принятия решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Состояние среды принятия решения. Значение информации при принятии решений. Особенности методов коллективного решения проблем.

Контроль. Сущность контроля и его роль в менеджменте. Принципы контроля. Воздействие на психологический климат в коллективе. Виды контроля. Специфика каждого вида применительно к отдельным группам ресурсов. Процесс контроля, его этапы. Эффективный контроль. Экономичность контроля.

Раздел 3. Современный менеджер и его деятельность.

Менеджер и специфика его деятельности. Отличительные особенности понятий "менеджер", "предприниматель", "бизнесмен". Требования, предъявляемые к менеджеру.

Функции и обязанности менеджера. Менеджеры высшего, среднего и низшего звена. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Влияние и власть. Формы власти. Стили руководства и типы руководителей. Управленческая решетка и классификация стилей руководства. Теории «Х» и «У». Связь стиля руководства и ситуации. Эффективность деятельности менеджера.

Психологический климат в коллективе. Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации. Сущность и стадии развития конфликта. Функциональные конфликты. Дисфункциональные конфликты и их разрушительное действие. Типы конфликтов. Условия возникновения конфликтов. Межличностные стили разрешения конфликтов. Структурные методы разрешения конфликтов.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Семинары (С)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Введение в специальность» (Б1.Б.30)

1. Цель дисциплины – определение профессиональной направленности обучающегося, усвоение основного предназначения избранного направления и профиля подготовки.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных отраслях (ОК-3);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

Знать:

- возможности предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования;
- область своей профессиональной деятельности;
- объекты профессиональной деятельности;
- основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента;
- основы правильной организации аудиторной и самостоятельной работы;
- основы компьютерной грамотности.

Уметь:

- формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки;
- правильно распределять рабочее время для аудиторной и самостоятельной работы;

- определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации;
- искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации.

Владеть:

- специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Введение в специальность» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Российский химико-технологический университет как образовательная организация.

Организационная структура и органы управления РХТУ им. Д. И. Менделеева. Ректор. Деканат. Кафедра менеджмента и маркетинга и ее педагогический состав. Материально-техническая база: учебные корпуса и общежития, организация питания. Характеристика деятельности отделов и служб университета. Правила внутреннего распорядка обучающихся. Информационно-библиотечный центр. Внеучебная деятельность в университете. Электронная-информационная образовательная среда университета.

Используемые технологии обучения. Текущий контроль успеваемости и промежуточной аттестации студентов, включая балльно-рейтинговую систему Финансового университета. Государственная итоговая аттестация и ее виды.

Устав РХТУ им. Д. И. Менделеева. Правила трудового и внутреннего распорядка обучающихся.

Тема 2. Организация высшего образования в Российской Федерации.

Правовые основы высшего образования в Российской Федерации: Конституция Российской Федерации, Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». Права, обязанности и ответственность обучающихся.

Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС), их структура. Организация учебного процесса: содержание учебного плана, календарный график учебного процесса, рабочие программы дисциплин, практик, расписание занятий.

Тема 3. Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения.

Лекции, семинарские занятия, виды аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы. Расписание занятий, рабочие программы дисциплин, курсовые работы. Выпускная квалификационная работа. Практики, их виды и продолжительность. Виды стипендий, порядок назначения государственных академических и государственных социальных стипендий. Именные стипендии. Порядок назначения стипендий за выдающиеся достижения студентов. Порядок приостановлении выплат стипендий. Порядок перехода с платной формы обучения на бюджетную. Скидки в оплате обучения.

Тема 4. Теоретические основы финансов.

Сущность и функции финансов. Государство и финансы. Взаимодействие государственных финансов и экономики. Звенья финансов. Управление финансами.

Финансовая политика, ее взаимосвязь с финансовыми теориями. Теоретические основы исследования влияния финансовой политики на результаты социально-экономического развития.

Система государственных и муниципальных финансов России и ее роль в регулировании финансовых отношений. Структура бюджетной системы Российской Федерации. Структура системы, характеристика и функции основных элементов государственных и муниципальных финансов. Государственные доходы и расходы как основные формы функционирования государственных финансов, их состав и структура. Особенности государственных доходов и расходов на федеральном

и региональном уровнях. Налоги и сборы как главные источники доходов бюджетной системы Российской Федерации.

Финансы предприятий и организаций, их сущность, функции и роль в экономике. Дискуссионные вопросы сущности и функций финансов предприятий. Прибыль и рентабельность предприятия. Финансы домашних хозяйств.

Тема 5. Современный менеджер.

Права и обязанности, функции современного менеджера. Эволюция профессии менеджера. Востребованность профессии. Особенности и возможности карьерного роста. Роль и значение экономических знаний для будущего управленца. Трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента

Тема 6. Введение в производственный менеджмент.

Предпринимательская деятельность в Российской Федерации. Производственное предприятие как основа экономики. Классификация предприятий. Виды производственной деятельности. История становления производственного менеджмента. Понятие производства и производственной системы. Инфраструктура производственного предприятия. Особенности менеджмента предприятий пищевой промышленности, основные функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Особенности организации производства в современных условиях.

Тема 7. Производственный менеджмент как область профессиональной деятельности.

Требуемые качества менеджера: основные, желаемые, противопоказания. Способности, личностные особенности, умения и навыки. Модель компетенций современного производственного менеджера. Требования, предъявляемые к работе производственного менеджера. Стандартные задачи профессиональной деятельности производственного менеджера. Личные и профессиональные качества, которыми должны обладать сотрудники службы по управлению производством. Этические принципы профессиональной деятельности менеджера.

Тема 8. Введение в маркетинг.

Основные определения маркетинга как экономической категории. Принципы маркетинга. Качественные и количественные цели. Основные задачи маркетинга. Основные функции маркетинга. Реализация функций маркетинга. Концепции маркетинга. Основные концепции маркетинга и их содержание. Основные инструменты маркетинга.

Тема 9. Производственный менеджмент как область профессиональной деятельности.

Требуемые качества маркетолога: основные, желаемые, противопоказания. Способности, личностные особенности, умения и навыки. Модель компетенций современного маркетолога. Требования, предъявляемые к работе маркетолога. Стандартные задачи профессиональной деятельности маркетолога. Личные и профессиональные качества, которыми должны обладать сотрудники службы по управлению маркетингом. Интернет-маркетолог – профессия будущего.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	-	-
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	0,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54

Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	-	-
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	0,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы принятия управленческих решений» (Б1.В.01)

1. Цель дисциплины – дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, сформировать умения и навыки работы в условиях рыночной экономики, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к рыночным реалиям деятельности современных организаций и оптимизировать их деятельность, опираясь на последние достижения и передовой опыт в области разработки и принятия управленческих решений.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области подготовки, принятия и реализации управленческих решений и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- 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 (ОПК-3);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).
- владением 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);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

Знать:

- порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций;
- основы организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений;

- классификации и типологии управленческих решений;
- технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений;
- основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений;
- степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений;
- тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений;
- источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений;
- основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений.

Уметь:

- определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений;
- определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений;
- использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации;
- рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений;
- использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений;

Владеть:

- навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений;
- методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений;
- методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.

Возникновение науки об управлении. Субъект и объект управления. Взгляды на управление в Др. Египте, Др. Греции, Италии, России. Наука об управлении, основные школы и направления.

Классификация организационно-управленческих принципов: общие исходные (базисные) принципы; принципы статического состояния организации (наивысшего приоритета цели, приоритета функций над структурой и субъекта управления над объектом); принципы динамического состояния организации (наивысшего приоритета персонала, приоритета структур над функциями, объекта управления над субъектом); принципы рационализации.

Основные этапы (процедуры) преобразований. Взаимосвязь основных этапов (процедур) рационализации. Уровни управления: высший, средний и низший. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.

Функции менеджмента (управления): маркетинг, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, инновация, анализ и учет, делегирование, принятие решений, контроль, регулирование (корректирование).

Основные подходы в менеджменте: системный, функциональный, административный, ситуационный, количественный, процессный.

Подсистемы менеджмента: целевая, обеспечивающая, функциональная, управляющая.

Тема 2. Управленческие решения в системе управления.

Роль и место управленческих решений в процессах управления организацией: основные понятия курса. Значение и функции управленческого решения. Взгляды специалистов в области управления Г. Саймона, Ф. Харрисона, О.С. Виханского, А.И. Наумова, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, В.Н. Цыгичко и др.

Функции управленческого решения: стратегическая (направляющая), координирующая и мотивирующая.

Процесс управления и управленческие решения. Управленческое решение как: элемент множества возможных альтернатив; нормативный документ, регламентирующий деятельность системы управления; устные или письменные распоряжения о необходимости выполнения конкретного действия, операции, процесса; регламентируемая последовательность действий для достижения поставленной цели; нечто, отражающее осуществление поставленной цели (материальный объект, число, показатель и др.); реакция на раздражитель.

Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах.

Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.

Основные аспекты управленческих решений: экономический, организационный, психологический. Особенности мышления ЛПР.

Структура управленческого решения. Требования к управленческим решениям и условия их достижения.

Тема 3. Процесс подготовки и принятия управленческих решений.

Модель процесса подготовки и принятия управленческих решений. Процесс принятия решений (ППР) как осуществление анализа важнейшей информации и выбор наиболее эффективного варианта из множества альтернатив.

Виды деятельности в ППР: нахождение причины принятия решения; нахождение возможных курсов действий; выбор среди этих курсов одного, наилучшего.

Факторы, влияющие на процесс принятия УР: технические, организационные, экономические, социальные, психологические и другие.

Два уровня принятия решения в организации. Блок-схема технологии разработки и организации выполнения управленческих решений. Традиционная схема разработки и реализации управленческих решений.

Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов.

Процесс принятия и реализации решений включает этапы: I - Анализ проблемной ситуации. II - Формулировка и обоснование проблемы. III - Сбор и анализ дополнительных данных для уточнения поставленной задачи и точная формулировка задачи. IV - Разработка возможных вариантов (альтернатив) решения задачи. V - Выбор окончательного варианта решения (сопоставление вариантов по критерию эффективности). VI - Разработка плана реализации решения. VII - Доведение до исполнителей (разъяснение, обучение, мотивация). VIII - Контроль и регулирование. IX - Внесение необходимых корректив в решение. X - Подведение итогов и накопление опыта.

Классификационное «дерево» задачи принятия решения (ЗПР) и методов их решения. Факторы, ограничивающие возможность выбора способов действий: экономические (ресурсы); технические, непосредственно связанные с инженерным анализом и выработкой требований к техническим характеристикам объектов (габариты, прочность, надежность, точность и т.д.); социальные.

Качественные критерии эффективности: качественный состав работников, авторитет руководителя, качество продукции. Формы разработки и реализации управленческих решений. Соотношение форм разработки и реализации управленческих решений.

Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).

Тема 4. Классификация и типология управленческих решений.

Классификация управленческих решений по Ю.А. Тихомирову. Особенности разработки управленческих решений в классификации В.С. Юкаевой: по источнику возникновения; по способу доведения; по субъекту, принимающему решения; по степени новизны (уникальности); по наличию информации; по методам разработки; по целевой направленности; по функциональному признаку (содержанию); решения по периодам действия.

Новые классификационные признаки в классификации управленческих решений (В.В. Ременников): степень повторяемости проблемы, значимость цели, прогнозируемые последствия и другие.

Восемь классификационных признаков в классификации УР О.Т. Лебедева и А.Р. Каньковской. Классификация управленческих решений по Э.А. Смирнову, Р.А. Фатхутдинову.

Виды УР: уравновешенные, импульсивные, инертные, рискованные, осторожные решения. Стандартные, бинарные, многоальтернативные, инновационные решения.

Типология управленческих решений. Типология как научный метод, в основе которого расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Формы, используемые типологией: тип, классификация, систематика.

Типы управленческих решений в зависимости от характера проблем и методов их разрешения: по степени формализации проблемы; по используемым методам; по творческому вкладу.

Четыре уровня решений в зависимости от творческого вклада менеджеров в их разработку: рутинные решения; селективные решения; адаптационные решения; инновационные решения.

Тема 5. Стратегия формирования решений.

Причины возникновения проблемных ситуаций: внешние и внутренние.

Внешние проблемы: проблемы, возникающие в связи с развитием международного сотрудничества; изменение ситуации на фондовых рынках; изменение налоговой политики государства; изменение условий инвестиционной деятельности; появление новых технологий производства продукции; изменение ситуации на рынках сбыта.

Внутренние проблемы: обеспечение подразделений необходимыми ресурсами; обеспечение необходимого уровня рентабельности производства; организация эффективного взаимодействия функциональных подразделений для решения стоящих перед организацией задач; реструктуризация организации; внедрение системы управления качеством продукции и т.д.

Свойства проблем: если это проблема, то ее обязательно следует решать; неповторимость ситуации выбора; наличие трудностей при рассмотрении альтернатив решения проблемы; неопределенность последствий принятия решения; необходимость учета множества факторов; присутствие человеческого фактора, а, следовательно, возможность проявления, субъективной аргументации по поводу выбора решений.

Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.

Механизм управления процессом решения проблем: предвидение проблемы; выявление проблемы; диагностика проблемы; систематизация и классификация проблем; выработка альтернативных вариантов управленческих решений; собственно, принятие управленческого решения; реализация принятых управленческих решений; контроль реализации управленческих решений.

Подходы к выработке управленческого решения. Процесс решения комплексной проблемы улучшения деятельности. Процесс нахождения принципиально нового решения: сущность и различия.

Приведение ситуаций к типовым задачам управления. Приемы для принятия решений в различных ситуациях: обращение к «эмпирическому правилу»; обращение к системе категорий; пренебрежение малозначащими величинами; приспособление к ближайшему горизонту планирования.

Формализация задачи принятия решений (ЗПР) и виды представления ситуации.

Тема 6. Методологические основы управленческих решений.

Системный подход к разработке управленческих решений. Диалектика - искусство вести и добиваться истины путем: столкновения противоположных мнений; раскрытия и преодоления противоречий в доводах противника.

Современная трактовка диалектического метода. Диапазон действия управленческого решения. Процедуры для реализации системного подхода при разработке и реализации управленческих решений: Выделение приоритетных и второстепенных элементов или процессов при разработке управленческих решений.

Согласование и корректировка элементов и их приоритетов, необходимых для разработки УР. Приближение процесса решения проблемных ситуаций к источникам информации об их возникновении и развитии.

Взаимосвязь типов управленческого процесса и УР. Взаимосвязи и взаимозависимость целей организации: противоречивость, комплементарность, иерархичность, индифферентность, конкурирующие цели.

Миссия как основная общая цель организации, причина ее существования.

Цели, стоящие перед организацией, определяются системой ценностей высшего руководства, миссией организации и реальными условиями ее функционирования.

Особенности целей (по масштабности, содержанию, временному признаку, объему затрат, ресурсоемкости и др.) диктуют способ их достижения.

Взаимосвязь целей и решений. Типы и методы решений для достижения разных видов целей.

Метод принятия решений «по оценке количественных показателей». Решение с двумя альтернативами. Рейтинговая система. Метод выбора решений, предложенный Б. Франклином.

Выбор вариантов управленческих решений: основные признаки.

Этапы правильного выбора при наличии нескольких альтернатив. Анализ альтернатив при разработке управленческих решений. Суждения о предпочтительности альтернатив выносятся по результатам их сравнения или оценки.

Эксперимент как метод выбора альтернативы. Решения предполагающие определенную апробацию.

Критерии оценки решения: эффективность, фактор времени; ограничение - степень риска.

Модели принятия решений (влияние субъективного фактора): рациональная, ограниченно рациональная (личностно-ограниченная рациональность и организационно-ограниченная рациональность) и политическая.

Коллективное творчество при разработке и выборе решений: преимущества.

Определение относительной ценности альтернативных вариантов решений.

Тема 7. Методы разработки управленческих решений.

Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).

Виды реакции менеджера при необходимости исправить положение. Ошибка менеджеров в путанице с симптомами, причинами и следствиями.

Процесс формирования причинно-следственной цепи. Факторы, порождающие нежелательные результаты.

Аналитические, статистические и математические методы. Неформальные (эвристические) методы. Три части эвристического метода. Метод сценариев.

Активизирующие методы: методы психологической активизации; методы подключения новых интеллектуальных источников.

Психологические методы: конференции идей; методы мозговой атаки; методы вопросов и ответов.

Методы подключения новых интеллектуальных источников: теоретико-игровой метод; метод наставничества; работа с консультантами.

Метод «дерева» решений. «Дерево» решений – это схематичное представление проблемы принятия решений. Общая идея метода «дерева» решений.

«Дерево» решений под любые ситуации: простые и сложные.

Тема 8. Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.

Теории сетевых методов планирования и управления.

Построение графических моделей управляемых систем на основе линейных календарных планов или ленточных диаграмм Генри Ганта. Основные недостатки диаграмм Г. Ганта и других ленточных графиков.

Измененная система PERT, получившая в России название системы СПУ (сетевое планирование и управление). Система СПУ и ее особенности. СПУ - это системы планирования комплекса работ, ориентированные на достижение конечной цели в установленные сроки.

СПУ - как метод кибернетического подхода к управлению сложными динамическими системами с целью обеспечения определенных оптимальных показателей. Показатели: минимальное

время выполнения всего комплекса работ; минимальная стоимость комплекса работ; максимальная экономия ресурсов и т.д.

Достоинства и недостатки системы сетевого планирования и управления.

Основные понятия и определения в СПУ. Сетевой график (сетевая модель, «сеть»). Граф. Путь. Ребра.

В сетевом графике три основных понятия: работа, событие и путь.

Работа и фиктивная работа. Событие как результат произведенных работ.

Элементы сетевого графика (схемы). Правила изображения взаимосвязи кружков и стрелок, являющихся графическими символами сетевой модели.

Длина пути как сумма продолжительности лежащих на нем работ.

Расчет параметров сетевого графика (сетевой модели) для принятия управленческих решений. Формирование временных оценок. Корректировка и оптимизация сетевых графиков. Корректировка сети по критерию «время».

Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками.

Корректировка сети по критерию «людские ресурсы».

Тема 9. Экспертные методы принятия решения.

Роль и значение экспертных оценок в процессе разработки УР. Формирование экспертной комиссии.

Направления применения экспертных оценок: Определение целей. Экспертный прогноз. Сценарии ожидаемого развития ситуации. Генерирование альтернативных вариантов. Определение рейтингов. Оценочные системы. Принятие коллективных решений.

Особенности коллективной экспертизы. Свойства коллективных решений.

Сущность и особенности метода экспертных оценок. Функции экспертов.

Типовые задачи, решаемые методом экспертных оценок. Разновидности метода экспертных оценок. Проблемы при использовании метода экспертных оценок.

Подбор экспертов и формирование экспертных групп: проблемы достоверности и затрат. Характеристики экспертов и группы экспертов. Характеристики экспертов с точки зрения оценки качества решения проблемы.

Зависимость достоверности экспертного оценивания от количества экспертов для задач первого и второго класса.

Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы. Виды коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.

Причины, снижающие точность экспертных оценок.

Тема 10. Методы прогнозирования в задачах принятия решений.

Понятие прогноза, назначение прогноза, типология прогнозов. Основные сферы прогнозирования.

Прогнозирование, прогноз, научное и ненаучное предвидение (интуитивное, обыденное, религиозное).

Объекты прогнозирования. Цель и назначение прогноза.

Основные задачи, решаемые на основе прогнозной информации. Принципы научно-технического прогнозирования:

Источники исходной информации для прогнозирования.

Критерии типологии прогнозов: в зависимости от целей, задач, объектов, предметов, проблем, характера, периода упреждения, методов, организации прогнозирования и т.д.

Типология прогнозов: по проблемно-целевому признаку; по временному признаку; по объекту прогнозирования; по способам представления результатов; по способам разработки прогнозов.

Методы разработки прогнозов: пассивный и целевой (активный).

Методы прогнозирования: количественные, качественные и неформальные.

Методы экстраполяции (проецированием тренда).

Математические методы прогнозирования.

Модификации метода экспертных оценок: Метод индивидуальной экспертной оценки; психоинтеллектуальной генерации идей; интервью; коллективной экспертной оценки; матричный; Дельфийский; коллективной генерации идей (метод «мозговой» атаки); аналитический;

эвристического прогнозирования; построения прогнозного сценария; морфологический анализ; историко-логический анализ и др.

Вербальная информация, письменная информация и промышленный шпионаж.

Компоненты, влияющие на выбор метода прогнозирования. Прогнозирование на основе экспертных оценок. Процесс уточнения групповой оценки.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Бизнес-планирование» (Б1.В.02)

1. Цель дисциплины – получение студентами базовых знаний в области теории, методологии и методов бизнес-планирования и выработке практических навыков по разработке бизнес-плана. Обучающиеся в процессе изучения дисциплины осваивают современные информационные технологии по разработке бизнес-плана.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- 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);
- умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- 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).

Знать:

- основные понятия, методологию и организацию процесса бизнес-планирования;
 - основные методы и инструменты планирования и прогнозирования в бизнесе;
 - методы анализа и оценки экономической эффективности проектов;
 - современные информационные технологии в бизнес-планировании;
- Уметь:*
- собирать, оценивать, обрабатывать, проводить анализ и использовать информацию из разных источников;
 - использовать технологию бизнес-планирования для разработки разделов бизнес-плана применительно к конкретным ситуациям современного российского бизнеса;
- Владеть:*
- методами поиска и формулировки бизнес-идей;
 - методами разработки бизнес-планов создания нового бизнеса и развития организаций;
 - методами финансового планирования, оценки экономической эффективности проектов;
 - методами использования аналитических систем для разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности проектов.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.

Понятие предпринимательской идеи. Банк идей. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.

Понятие бизнес-плана. Его общая характеристика. Цели составления бизнес-плана.

Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.

Тема 2. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.

Цели и планы в бизнес-организации. Их уровни и значение.

Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования. Бизнес - процессы и бизнес - проекты. Внутрифирменное планирование: стратегическое (перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее (тактическое).

Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирования. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью

Тема 3. Организация планирования бизнеса.

Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в крупных фирмах: корпоративный уровень и уровень отдельных подразделений (стратегических бизнес-единиц).

Система бизнес-планирования в малых фирмах. Ее основные особенности, планирование бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся. Цикл бизнес-планирования в малом (среднем) предприятии.

Организация системы бизнес-планирования. Характеристика органов планирования. Новые функции плановых служб. Коллективный подход к планированию бизнеса. Механизм планирования бизнеса.

Информационные технологии в системе планирования бизнеса. Диагностика. Формирование стратегии. Планирование. Контроль.

Тема 4. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.

Функции бизнес-плана при управлении бизнесом. Управление текущей деятельностью и развитием предприятия. Управленческий бизнес-план. Управление предприятием. Принятие разовых решений по отдельным вопросам управления.

Типология бизнес-планов: управленческие; бизнес-планы проектов; разовые бизнес-планы.

Ключевые компоненты типового бизнес-плана: анализ окружающей среды и полное описание стратегии работы компании или реализации проекта в окружающей среде.

Анализ внешней бизнес-среды. Макросреда или среда косвенного воздействия. Микросреда или среда прямого воздействия.

Техника анализа внешней среды. Анализ внутренней среды. Потенциал предприятия и его основные блоки: товарный, технический, кадровый, финансовый, информационный.

Пример анализа внешней и внутренней среды. Описание стратегии деятельности компании (реализации проекта).

Тема 5. Аналитические разделы типового бизнес-плана.

Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.

Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме.

История бизнеса организации (описание отрасли, характеристика объекта бизнеса организации).

Правовой статус организации (юридический план). Организация и управление. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации.

Анализ рынка и конкуренции. Описание рынка. Маркетинговые мероприятия и решения, принимаемые фирмой-производителем. Направления исследования рынка. Стратегия маркетинга. Жизненный цикл продаж. Затраты на маркетинг.

Описание отрасли. Описание целевого рынка. Конкуренция.

Тема 6. Ключевые разделы типового бизнес-плана.

Маркетинговый план. Его структура и содержание. Определение спроса и возможностей рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинг-микс. Определение ценовой стратегии.

Операционный план. Производство. Закупки и дистрибуция.

Производственный план. Производственная программа предприятия. Планируемый объем продаж. Потребности в основных фондах. Расчет потребности в ресурсах. Расчет потребности в персонале и заработной плате. Потребность в инвестициях. Исследовательские и внедренческие разработки.

Организационный план. Разработка организационной структуры фирмы. Функциональная, дивизиональная, командная структуры.

Финансовый план. Его основные разделы: инвестиционная политика; управление оборотным капиталом, дивидендная политика; ставка дисконтирования; финансовые прогнозы; учетная политика; система управленческого контроля.

Оценка и страхование риска. Хеджирование. Анализ риска. Основы финансового риска.

Тема 7. Основные элементы бизнес-планирования.

Стратегическое и инвестиционное планирование. Понятие, экономическое содержание и основные элементы стратегического планирования. Понятие и классификация стратегической цели организации (предприятия). Цели и стратегии реализации проектов. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи.

Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта. Финансовое планирование. Источники информации для составления финансового плана.

Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. План движения денежных средств. План прибыли и убытков. План распределения прибыли. Балансовый план.

Требования к основным документам финансового плана. Международные стандарты финансовой отчетности. Технология финансового планирования. Стратегии финансового проекта.

Тема 8. Технология бизнес-планирования.

Моделирование бизнес-процессов. Основные технологии продукции бизнес-планирования. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Два подхода к разработке бизнес-плана.

Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана.

Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании. Модели бизнеса и их отличие от стратегий бизнеса.

Особенности разработки моделей бизнес-процессов (материальных, информационных и финансовых потоков). Бизнес-процессы. Проект.

Тема 9. Управленческий бизнес-план.

Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Функции его.

Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Отличие его от типового бизнес-плана.

Общая схема разработки, структура и содержание типового управленческого бизнес-плана.

Общий план производства. Текущее состояние предприятия. Постановка целей компании. Постановка целей подразделения. Возможные расхождения между текущим и желаемым состоянием компании.

Составление планов подразделений. План продаж. Маркетинговый план. Операционный план. План производства. План закупок, в том числе план основных закупок. План по персоналу. Финансовый план.

Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана. Содержание системы контроля и корректировка. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-плана.

Тема 10. Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом.

Бизнес-проект как инновационный замысел. Бизнес-проект. Бизнес-идея. Разработка и реализация идеи. Классификация бизнес-проектов.

Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов. Бизнес-план инновационного проекта. Его разделы. Характеристика товара (услуг). Оценка рынка. Возможности (план) производства. Организация реализации проекта. Финансовый план. Составление бизнес-плана инвестиционного проекта с учетом международных стандартов.

Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы). Основные направления использования целевых бизнес-планов: антикризисное планирование; планирование совместной деятельности; планирование структурных преобразований. Планирование разовых финансовых операций и коммерческих сделок; и принятие других управленческих решений.

Макеты некоторых видов целевого бизнес-плана. Бизнес-план продажи франшизы. Бизнес-план продажи существующего предприятия.

Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Использование бизнес-плана для роста капитала: венчурное финансирование проектов, банковское финансирование; финансовые фонды (компании). Презентация бизнес-плана.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление проектами» (Б1.В.03)

11. Цель дисциплины получение студентами теоретических знаний о подходах и стандартах управления проектами. Данный курс координирует управление и реализацию проектов необходимого качества, в установленные сроки, в рамках принятого бюджета.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- 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 (ОПК-3);
- владением 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);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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).

Знать:

- основные понятия и методы управления проектами,
- систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта,
- принципы построения проектных команд.

Уметь:

- разрабатывать и оформлять проектные документы,
- применять методики оценки параметров проекта.

Владеть:

- методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Введение в управление проектами. Мировые стандарты. Что такое проект? Критерии успешности проекта. Современные стандарты в управлении проектами. Программы и портфели

управления проектами. Содержание стандарта ANSIPMBOK®* GUIDE. Организационное окружение проекта. Жизненный цикл проекта. Группы процессов и области знаний PMBOK®. Управление интеграцией проекта. Разработка устава проекта. Разработка плана управления проектом. Руководство и управление исполнением проекта. Мониторинг и управление работами проекта. Общее управление изменениями. Закрытие проекта. Управление заинтересованными сторонами проекта. Идентификация заинтересованных сторон. Планирование управления заинтересованными сторонами проекта. Управление вовлеченностью заинтересованных сторон проекта. Контроль вовлеченности заинтересованных сторон.

Раздел 2. Области знаний управления проектами. Управление содержанием проекта. Планирование управления содержанием. План управления требованиями. Определение содержания. Создание иерархической структуры работ. Проверка содержания. Контроль содержания. Управление сроками проекта. Планирование управления расписанием. Определение состава операций. Определение последовательности операций. Оценка ресурсов операций. Оценка длительности операций. Разработка расписания. Контроль расписания. Управление стоимостью проекта. Планирование управления стоимостью. Стоимостная оценка. Разработка бюджета расходов. Контроль стоимости. Управление закупками проекта. Планирование закупок. Осуществление закупок. Контроль закупок. Закрытие закупок. Управление рисками проекта. Планирование управления рисками. Идентификация рисков. Качественный анализ рисков. Количественный анализ рисков. Планирование реагирования на риски. Мониторинг и управление рисками. Управление качеством. Планирование качества. Обеспечение качества. Контроль качества. Управление коммуникациями проекта.

Раздел 3. Проектное управление в технологическом предпринимательстве. Стартап. Customer development. Канва бизнес-плана. Формула ценностного предложения. Формула ценностного предложения. Целевая аудитория продукта. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности.

Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности. Основные понятия добровольческой (волонтерской) деятельности. Формы волонтерской деятельности. Механизмы и технологии добровольческой деятельности. Организация работы с волонтерами. Границы ответственности добровольцев (волонтеров), организаторов добровольческой (волонтерской) деятельности и добровольческих (волонтерских) организаций. Взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями. Организационные структуры НКО. Управление ресурсами, привлечение средств. Фандрайзинг, краудфандинг, участие в конкурсах субсидий и грантов. Взаимодействие с частными и корпоративными донорами. Формы, механизмы и порядки взаимодействия с федеральными органами власти, органами власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, подведомственными им государственными и муниципальными учреждениями, иными организациями (по направлениям волонтерской деятельности).

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	3,11	112
Контактная самостоятельная работа	3,11	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		111,6
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Виды учебной работы	Всего
---------------------	-------

	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	3,11	84
Контактная самостоятельная работа	3,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология лидерства» (Б1.В.04)

1. Целью преподавания дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических умений, позволяющих анализировать проявления феноменов, психологической уверенности, лидерства и руководства в организации, а также осуществлять социальное влияние в системе профессиональных и межличностных отношений.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Обладать следующими компетенциями:

- 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 (ОПК-3);
- владением 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);

Знать:

- социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях;
- периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии;
- современные подходы к изучению и формированию лидерства;
- основные проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;
- основные теоретические позиции, лежащие в основе кросс-культурных исследований лидерства.

Уметь:

- анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;
- давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства;
- самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие;
- использовать приемы диагностики, коррекции и психологического сопровождения лидерства.

владеть:

- методами психологической диагностики лидерского потенциала;
- навыками системной оценки уровня и перспектив организационного развития, методами диагностики организационной культуры;
- навыками психологической самодиагностики и саморегуляции.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение.

Цели и задачи курса. Структура излагаемого материала. Основные понятия, определения, терминология.

Раздел 1. Научные основы лидерства.

Предыстория лидерства: вожачество в мире животных. Формы сообществ животных и их иерархическая структура. Общие проблемы психологии лидерства. Концепция лидерства в психологии. История изучения лидерства до начала XX века. Лидерство в первой четверти XX века. Изучение лидерства во второй четверти XX века. 1950-1970-е годы в изучении лидерства (зарубежные и отечественные исследования). Послевоенные теории: ситуационный подход, теория перцептивной активности последователей, теория личностного аспекта лидерства, харизма лидера, вероятностная модель эффективности лидерства: трансформационная парадигма, транзакционистская парадигма. Функция лидера в современном обществе. Лидерство как фактор личностного роста и движущая сила социального и предпринимательского развития. Роль лидера в условиях глобализации рынка. Междисциплинарная функция психологии лидерства и ее роль в системе наук о менеджменте и деловом администрировании. Лидерство руководства в ISO 9001:2015.

Раздел 2. Лидерство в организации.

Руководство и лидерство. Феномен организационной культуры в контексте диалектической взаимосвязи лидерства и руководства. Социальное партнерство в организации. Феномен доверия как базис социального партнерства в организации. Понятие социального капитала. Основные факторы социального партнерства: коммуникация, мотивация, сотрудничество. Мотивационный менеджмент. Влияние управленческого стиля на качество социального капитала в организации. Определение команды, типология команд. Операционные или инновационные цели команды. Два вида команд: функциональные команды: команды советников, производственные команды; инновационные команды: проектные команды и команды действия. Тип мышления: типологический опросник Майерс-Бригс. Четыре пары основных характеристик типов личности: экстраверсия-интроверсия, сенсорика-интуиция, мышление-чувствование, решение-восприятие. Социально-психологическая структура команды. Лидерство и организационная власть. Природа и источники власти. Пять типов власти лидера. Власть и группа в организации. Проблема делегирования полномочий.

Раздел 3. Оценка и развитие лидерского потенциала.

Гендерные исследования лидерства. Проблемы гендерных различий. Формирование гендерной психологии лидерства. Гендерные теории лидерства. Кросс-культурное изучение лидерства как современная мировая тенденция. Виды подходов к явлению лидерства в психологии: их основные сходства и различия. Принципы эффективного взаимодействия человека и системы: самореализация и взаимная функциональность. Этапы становления лидера. Имплиcitная теория лидерства. Психологическая концепция обмена: (обмен в контексте транзакционистского подхода к лидерству; обмен как проявление «идиосинкразического кредита»; ценностный обмен). Методы развития лидерского потенциала и повышения социально-психологической компетентности руководителя (коучинг, тренинг, социально-психологическое развитие групп и создание команд в организации).

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управленческий учет» (Б1.В.05)

1. Цель дисциплины состоит в формировании у обучающихся представления об управленческом учете как о единой информационной системе организации для учета затрат, принятия управленческих решений, планирования и контроля в коммерческих и некоммерческих организациях разной формы собственности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

Знать:

- сущность и задачи управленческого учета и его отличия от других учетных систем организации;
- принципы и основные положения управленческого учета;
- современные тенденции и перспективы развития управленческого учета;

Уметь:

- классифицировать затраты для различных целей;
- анализировать поведение затрат;
- применять традиционные и современные методики учета затрат и калькулирования себестоимости в зависимости от поставленных задач;
- составлять статичные и гибкие планы;

Владеть:

- методами учета затрат на производство и расчета себестоимости в зависимости от вида производства;
- навыками сбора и подготовки информации для принятия управленческих решений;
- основами краткосрочного планирования и бюджетирования и составления управленческой отчетности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Учет затрат и калькулирование себестоимости.

Введение. Место и роль управленческого учета в системе подготовки менеджеров.

Сущность и задачи управленческого учета. Понятие управленческого учета и его место в учетной системе организации. Основные функции управленческого учета. Принципы управленческого учета. Роль бухгалтера-аналитика в процессе управления.

Тема 1. Классификация затрат в управленческом учете.

Затраты, расходы и издержки. Классификация затрат для целей управленческого учета. Классификация затрат для расчета себестоимости и прибыли и оценки запасов. Классификация затрат для принятия решений. Классификация затрат для планирования и контроля.

Тема 2. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости.

Учет затрат. Учет материальных затрат. Учет затрат на оплату труда. Учет косвенных затрат. Распределение косвенных затрат.

Методы учета затрат на производство. Показательный метод учета затрат. Поэлементный метод учета затрат.

Системы калькулирования себестоимости. Полная себестоимость. Непокрытая себестоимость. Западная практика расчета себестоимости. Абсорбшен-костинг и директ-костинг

Учет затрат и калькулирование себестоимости в торговых организациях.

Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений.

Тема 3. Поведение затрат и анализ безубыточности.

Поведение затрат и функция затрат. Постоянные и переменные затраты. Концепция маржинальной прибыли. Анализ безубыточности. Использование модели безубыточности для принятия управленческих решений.

Тема 4. Принятие управленческих решений.

Релевантная информация. Принятие отдельных управленческих решений: решение о спецзаказе; решение об оптимальном использовании ограниченного ресурса; решение об ассортименте; решение о самостоятельном производстве или аутсорсинге. Структура затрат и операционный риск. Расчет скидок с учетом структуры затрат.

Раздел 3. Планирование и контроль.

Тема 5. Нормативный учет затрат и система стандарт-кост.

Расчет нормативной себестоимости. Виды и формирование отклонений. Учет отклонений от норм. Гибкий бюджет и анализ отклонений. Запись отклонений в учетных регистрах

Тема 6. Планирование и бюджетирование.

Центры ответственности и финансовая структура компании. Место бюджетирования в системе планов. Задачи бюджетирования. Виды бюджетов и объекты бюджетирования. Состав и структура основного бюджета. Система бюджетного контроля. Аналитический блок системы бюджетирования.

Тема 7. Постановка управленческого учета. Организация управленческого учета.

Регламентация управленческого учета. Служба управленческого учета. Ведение управленческого учета. Автоматизация управленческого учета. Организационные проблемы в связи с внедрением управленческого учета. Перспективы развития управленческого учета.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48

Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Налогообложение» (Б1.В.06)

1. Цель дисциплины - получение студентами углубленных знаний об основах налогообложения, налоговой системе России и действующей в Российской Федерации совокупности налогов и сборов. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области налогообложения и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- умением 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).

Знать:

- понятие и социально-экономическую сущность налогов;
- понятие и теоретические характеристики налоговой системы;
- сущность, цели и формы налоговой политики
- понятие и сущность налогового администрирования.

Уметь:

- определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов, составляющих налоговый кодекс РФ, т.е. освоить налоговое производство;
- заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание;

Владеть:

- методами налогового планирования.

3. Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Основы налогообложения.

Исторические аспекты налогообложения. Налогообложение как элемент экономической культуры общества.

Эволюция представлений о природе налога. Этапы развития учений о налогообложении. Теоретическое обоснование налогообложения - теория обмена; атомистическая теория (Ш. П.

Монтескье, Т. Гоббс, О. Мирабо); теория наслаждения (Ж. Сисмонди); теория страховой премии (А. Тьер); Классическая теория (Ф. Кенэ, А. Смит, Д. Рикардо); кейнсианская теория (Д. М. Кейнс); теория монетаризма (М. Фридмен); теория экономики предложения (М. Берне, А. Лэффер).

Налог как экономическая и правовая категория: Определение налогов. Расширительный и узкий подход к понятию “налог”. Источник налогов. Роль налогов в перераспределении национального дохода. Понятие налогового потенциала.

Функции и роль налогообложения в экономической системе общества. Фискальная функция - как условие удовлетворения общенациональных необходимых потребностей. Регулирующая функция - фактор достижения сбалансированности интересов государства (максимальное наполнение бюджета) и личных и корпоративных интересов (снижение фискального гнета)

Понятие “налоговое бремя”. Взаимосвязь налогов и цен. Эластичность цен и налоговое бремя. Переложение налогов.

Общие условия установления налогов, исчисление налогов, принципы налогообложения. Экономические элементы налога. Понятие “установление налогов”. Определение налогоплательщика и следующих элементов налога: объект обложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления льгот, порядок и сроки уплаты налога.

Виды налогов и сборов РФ. (Федеральные налоги и сборы, налоги и сборы субъектов РФ., местные налоги и сборы). Состав федеральных налогов, налогов субъектов РФ и местных налогов, их значение для формирования соответствующих бюджетов (федерального бюджета РФ, бюджетов регионов).

Классификация налогов по способу взимания (прямые и косвенные); по субъекту - налогоплательщику (налоги с физических лиц и с предприятий (организаций)); по порядку введения (общеобязательные и факультативные); по уровню бюджета в который зачисляется налоговый платеж (закрепленные и регулирующие).

Принципы налогообложения: *экономические* (горизонтальной и вертикальной справедливости, эффективности, соразмерности, множественности); *юридические* (нейтральности, отрицания обратной связи); организационные (единства налоговой системы, подвижности, стабильности, налогового федерализма)

Налоговая система и налоговая политика государства:

Понятие “налоговая система”. Состав обязательных элементов налоговой систем (законодательство, совокупность налогов и сборов, налоговое администрирование, плательщики налогов и сборов). Классификация налоговых систем.

Налоговая политика государства:

Понятие налоговой политики. Цели (фискальные, экономические, социальные, экологические, международные) и формы (максимальных налогов, экономического развития, разумных налогов) налоговой политики.

Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц.

Федеральные налоги РФ:

Состав Федеральных налогов, их значение для формирования республиканского бюджета и реализации финансовой политики федерации. Налогоплательщики, объект обложения, определение налоговой базы, налоговые ставки, наличие льгот, порядок и сроки уплаты.

- Налог на прибыль предприятий и организаций.
- Налог на добавленную стоимость.
- Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)
- Другие виды федеральных налогов.

Налоги субъектов РФ:

Фискальное значение налогов субъектов РФ для бюджетов регионов. Особенности налогов субъектов РФ, налогоплательщики, объект обложения, определение налоговой базы, особенности установления налоговых ставок и льгот, порядок и сроки уплаты.

- Налог на имущество предприятий.
- Транспортный налог.
- Местные налоги и сборы РФ.

Виды и характеристики местных налогов. Налоги, взимаемые на всей территории России и местные налоги, вводимые по решению органов местного самоуправления.

- Налог на имущество физических лиц.
- Земельный налог.

Раздел 3. Основы налогового планирования.

Понятие и принципы налогового планирования. Сущность налогового планирования. Элементы и этапы налогового планирования. Специальные налоговые режимы. Упрощенная система налогообложения. Единый налог на вмененный доход. Патентная система налогообложения.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	0,67	24
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,67	24
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	0,67	18
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,67	18
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Товароведение» (Б1.В.07)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов системой знаний о товаре как объекте коммерческой деятельности. Данный курс обеспечивает формирование у студентов навыков оценки потребительских свойств товаров, ассортимента и номенклатуры товаров, представлений об основах технического регулирования, о методах оценки уровня качества и конкурентоспособности продукции, об организации и проведении экспертизы товаров, о требованиях к информации о товарах, знаний о правовых основах товароведения, управления ассортиментом и качеством товаров в сфере обращения.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- 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);

Знать:

- методы классификации товаров, свойства и показатели ассортимента и качества товара, принципы и методы формирования ассортимента и качества товаров, основы стандартизации, метрологии и сертификации;

Уметь:

- оценить показатели ассортимента и качества товаров; пользоваться российскими классификаторами; организовать работы по проведению экспертизы товаров; подготовить документы к сертификации товара.

Владеть:

- методами научной классификации и систематизации информации; навыками работы с нормативными документами и информационными ресурсами в области товароведения.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация.

Предмет, цели и задачи товароведения. Краткая история развития товароведения. Понятие продукции и товара. Межпредметные связи товароведения с другими дисциплинами. Основные разделы товароведения, их назначение. Принципы товароведения.

Товар как объект коммерческой деятельности, его основополагающие характеристики. Товароведные характеристики (ассортиментная, качественная и количественная), составляющие потребительскую стоимость. Взаимосвязь товароведных характеристик со стоимостью. Функции товара.

Методы товароведения. Классификация методов. Теоретические методы. Эмпирические методы. Практические методы.

Классификация. Признаки классификации. Разновидности метода классификации, их сущность, структура, преимущества и недостатки. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.

Кодирование товаров. Основные элементы кода. Разновидности метода кодирования: определение, преимущества и недостатки, применимость. Штриховое кодирование товара.

Классификаторы. Классификаторы, применяемые в товароведении. Краткая характеристика Общероссийского классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции, его частей. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. Товароведная классификация товаров.

Товарная информация. Виды товарной информации. Средства товарной информации. Требования к товарной информации.

Раздел 2. Ассортимент товара, управление ассортиментом.

Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров. Отличительные признаки. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.

Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.

Управление ассортиментом. Сущность. Формирование ассортимента. Факторы, влияющие на его формирование. Регулирование этих факторов. Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Раздел 3. Качество товаров, управление качеством, экспертиза товаров.

Качество. Основные понятия. Требования к качеству. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация. Наименование и значение показателей. Понятие об уровне и техническом уровне качества товаров. Номенклатура потребительских свойств товаров.

Свойства надежности: долговечность, безотказность, ремонтпригодность, сохраняемость. Эргономические свойства: антропометрические, физиологические, психофизические, гигиенические. Эстетические свойства товаров. Свойства безопасности: механическая, электрическая, пожарная, физиологическая, химическая и биологическая безопасность, безопасность транспортных средств. Экологические свойства, основные показатели.

Понятие и этапы оценки качества. Градации качества. Градация качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, артикулы. Градации товаров по соответствию и несоответствию установленным требованиям: стандартная, нестандартная, брак и отход. Три градации качества. Сортамент. Принципы деления товаров на сорта.

Несоответствия и дефекты товаров: понятие, классификация. Допустимые, недопустимые дефекты. Взаимосвязь дефектов различной значимости с градациями качества. Диагностика дефектов: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

Методы определения и оценки уровня качества. Контроль качества и количества товарных партий. Проба. Выборка. Точечная, объединенная средняя проба. Навеска. Приемочное число. Браковочное число. Приемочный уровень дефектности. Идентификация товаров.

Факторы, влияющие на формирование и сохранение качества и количества товаров на товарных этапах жизненного цикла продукции. Жизненный цикл продукции (товаров). Предтоварная, товарная, послереализационная и стадия утилизации. Взаимосвязь стадий и этапов жизненного цикла с факторами обеспечения товароведных характеристик.

Факторы, формирующие качество. Спрос, регламентация товароведных характеристик товаров, сырье и материалы, рецептура или конструкция, производственные процессы и коррекция несоответствий.

Факторы, сохраняющие качество. Упаковка, условия и сроки хранения и перевозки товаров. Правила, основанные на принципах совместимости, безопасности и эффективности при хранении товаров. Основополагающие правила хранения. Методы хранения товаров.

Сущность, виды и формы экспертизы. Государственная, общественная, независимая экспертиза. Экологическая экспертиза товара. Товарная экспертиза. Технологическая экспертиза. Судебно-правовая экспертиза. Классификация экспертизы в зависимости от этапов жизненного цикла товаров.

Организация и порядок проведения. Методология экспертизы. Методы экспертизы. Область применения экспертных методов. Оценка экспертов. Требования к экспертам. Формирование экспертной группы. Основные этапы проведения экспертизы. Заключение эксперта. Структура и содержание вводной, исследовательской, синтезирующей частей и выводов. Требования к выводу эксперта.

Раздел 4. Стандартизация, метрология, сертификация.

Общая характеристика стандартизации. Сущность стандартизации. Понятие нормативных документов по стандартизации. Цели, принципы, функции и задачи стандартизации. Методы стандартизации.

Система стандартизации в Российской Федерации. Общая характеристика системы и направления ее реформирования. Органы и службы стандартизации Российской Федерации. Характеристика национальных стандартов. Виды национальных стандартов. Применение национальных стандартов. Характеристика стандартов организаций. Объекты стандартов организации. Требования к стандартам организаций. Информация о документах по стандартизации и технических регламентах. Технические условия как нормативный документ.

Общая характеристика метрологии. Метрология - область знаний и вид деятельности. Функции измерений. Метрология теоретическая, прикладная и законодательная. Основы технических измерений. Общая характеристика объектов измерений. Виды и методы измерений. Классификация и общая характеристика средств измерений. Методики измерений. Точность методов и результатов измерений. Система воспроизведения единиц величин. Эталоны. Рабочие средства измерений.

Государственная система обеспечения единства измерений. Органы и службы по метрологии Российской Федерации.

Калибровка средств измерений и метрологическое обеспечение испытаний продукции для целей подтверждения соответствия.

Общая характеристика сертификации. Цели и принципы сертификации. Обязательная и добровольная сертификации. Участники сертификации. Правила и документы по проведению работ в области сертификации. Порядок сертификации продукции. Схемы сертификации. Порядок проведения сертификации продукции. Декларирование соответствия. Действующая практика

декларирования в России. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров).

Правовая база стандартизации, метрологии и сертификации.

Общая характеристика технического законодательства. Техническое регулирование. Технические регламенты. Законодательная и нормативная база сертификации.

Государственный контроль и надзор. Государственный метрологический контроль и надзор. Цель, объекты и сферы распространения государственного метрологического контроля и надзора. Характеристика видов государственного метрологического контроля. Характеристика государственного метрологического надзора. Ответственность за нарушение требований в области технического регулирования

Задачи международного сотрудничества в области стандартизации. Международные организации по стандартизации. Организация работ по стандартизации в рамках Европейского союза. Межгосударственная система стандартизации.

Международное сотрудничество в области метрологии. Международное сотрудничество в области сертификации.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60

Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление качеством» (Б1.В.08)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов основами знаний о принципах разработки, внедрения и совершенствования системы менеджмента качества как неотъемлемой системы менеджмента организации в целом, последовательности этапов и содержание работ по её созданию, а также экономических аспектах функционирования такой системы.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владение 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 моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13).

Знать:

- основные понятия и термины менеджмента качества в соответствии с международными стандартами ISO серии 9000;
- содержание международных стандартов серии ISO серии 9000;
- роль и место системы менеджмента качества в общей системе менеджмента организации;
- методы идентификации аспектов качества;
- направления разработки продукции и услуг предприятия с учётом экологических требований («проектирование для окружающей среды»);
- методы внутреннего аудита (аудита системы менеджмента качества);
- принципы и подходы всеобъемлющего менеджмента качества (Total Quality Management –TQM);
- общие принципы разработки, внедрения, аудита и анализа руководством систем менеджмента качества;
- основные методы оценки качества;

- экономические аспекты качества.

Уметь:

- оценивать системы менеджмента качества предприятий;
- формулировать политику организации в области качества и оценивать политики организаций различного профиля;
- формулировать цели и задачи предприятия в области качества, оценивать показатели эффективности и результативности систем менеджмента качества;
- разрабатывать программу формирования, внедрения и совершенствования системы менеджмента качества.

Владеть:

- методами идентификации аспектов качества;
- методами формирования и развития систем менеджмента качества;
- методами разработки технических заданий на разработку продукции и услуг предприятия с учётом экологических требований («проектирование для окружающей среды»);
- методами оценки экономической эффективности систем менеджмента качества;
- методами внутреннего аудита (аудита системы менеджмента качества).

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1.

Тема 1. Экономическое развитие, основанное на примате качества.

Современный этап развития человеческой цивилизации. Глобальные проблемы человечества. Экономический процесс. Глобализация. Глобальная конкуренция. Качество как один из важнейших интегрирующих факторов повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности человечества. Качество как системообразующий фактор. Психология управления третьего тысячелетия.

Тема 2. Принципы управления. Подходы к управлению.

Общие принципы управления. Системность – ведущий принцип управления. Принцип объективности. Принцип саморегулирования. Принцип дополнительности. Принцип обратной связи. Принцип информационной достаточности. Принцип оптимальности. Принцип эволюционизма. Принцип вероятности. Принцип демократизма в управлении. Принцип конкуренции. Принцип ведущего звена. Принцип стимулирования. Частные принципы управления. Кибернетический подход к управлению. Иерархичность управления. Принцип соответствия. Принцип внешнего дополнения. Принцип необходимого разнообразия. Принцип эксперимента. Закономерности самоорганизации: синергетический и организмический аспекты. Экономический процесс. Понятие эффективности. Результативность.

Тема 3. Эволюция подходов к понятию «качество».

Изменение формулировок определения «качество» (Аристотель, Гегель, китайская версия, А. Шухарт, К. Исигава, Дж. М. Джуран, ГОСТ, международный стандарт ISO 8402-86). Определения А. Фейгенбаума. Вехи понимания качества (субстратное, предметное, системное, функциональное, интегральное). Современные подходы к понятию «качество». Пять критериев качества профессора Гарвардской бизнес-школы Д. Гарвина. Подходы Эдварда Деминга. 14 принципов Деминга. «Смертельные болезни» по Демингу. Концепция качества Дж. Джурана. Аспекты качества. Качество как свойство продукции или услуг. Качество как отсутствие недостатков.

Тема 4. Квалиметрия.

Квалиметрия как наука, её роль методы и области практического применения. Основатель научной дисциплины квалиметрии Г.Г. Азгальдов. Принципы квалиметрического подхода к изучению качества. Методы квалиметрии. Контролируемые показатели качества. Свойства. Характеристики. Контролируемые показатели качества устанавливаются в зависимости от специфики продукции. Уровень качества продукции. Показатели качества продукции. Относительные единичные показатели. Комплексные показатели. Интегральные показатели. Технические показатели (мощность, точность, удельный расход ресурсов, надёжность и др.). Виды контроля качества продукции. Разрушающий и неразрушающий контроль. Статистический контроль. Приёмочный контроль. Статистическое регулирование технологических процессов. Входной

контроль. Операционный контроль. Контроль по количественному, качественному и альтернативному признакам. Непрерывный контроль. Качество труда - причины образования брака. Качество продукции - производственные, потребительские, экономические характеристики. Качество проекта - число исправлений при реализации. Качество технологии - число нарушений при реализации.

Тема 5. Терминология в области менеджмента качества.

Качество. Свойство. Характеристика. Экономическая потребность. Продукция. Объект. Процесс. Контроль качества. Обеспечение качества. Руководство качеством. Управление качеством. Менеджмент качества. Всеобъемлющий менеджмент качества.

Тема 6. Эволюция концепций обеспечения качества.

Факторы, оказывающие влияние на качество (объективные, субъективные и специфические). Характерные признаки «рынка продавца» и «рынка покупателя». Этапы развития взглядов на качество. Основные концепции качества. Пять основных типов систем качества. Контроль качества (система Тейлора). Статистические методы контроля качества – SQC. Тотальное управление качеством – TQC (А. Фейгенбаум). Система менеджмента качества, основанная на положениях стандартов ISO. Система всеобъемлющего менеджмента качества, основанная на концепции TQM. Японская система CWQC – управление качеством в рамках фирмы (К. Исикава). Инжиниринг качества. Система ZD («Ноль дефектов»). Саратовской системе БИП – бездефектное изготовление продукции и сдача её ОТК с первого предъявления (1955 г.), Горьковская система КАНАРСПИ – качество, надёжность, ресурс с первых изделий (1958 г.), Ярославская система НОРМ – научная организация работ по увеличению моторесурса двигателей (1963 г.). Комплексной системы управления качеством продукции (КСУКП) (г. Львов начало 1970-х годов). Стандарты предприятия (СТП). Менеджмент качества – QM. Тотальный менеджмент качества – TQM. Пять «звезд» качества. Стандарты ИСО 14000.

Раздел 2.

Тема 7. Серии стандартов ISO 9000.

Международная организация стандартизации (International Organization for Standardization – ISO). Стандарты ISO 9000. Построение систем и элементов системы качества. Требования к системе контроля и испытаний продукции, сертификации надёжности и безопасности; к системе организации производства; к системе управления качеством от проектирования до эксплуатации (потребления) и утилизации. Семейства стандартов ISO 9000 версии 1994, 2000 и 2015 годов. Бизнес-функции и бизнес-процессы. Стандарты ISO 9000 версии 2015 года. Применение процессного подхода в управлении организацией.

Тема 8. Ключевые задачи и принципы систем качества.

Понятие «система качества» согласно МС ИСО 8402:1994. Основные характеристики систем качества. Всеобъемлющий менеджмент качества (Total Quality Management - TQM). Фундаментальные принципы TQM. Пять основных групп заинтересованных лиц. Восемь принципов менеджмента, с помощью которых высшее руководство может улучшить деятельность организации. Ориентация на потребителя. Лидерство руководителя. Вовлечение работников. Процессный подход. Системный подход к менеджменту. Постоянное улучшение. Принятие решений, основанное на фактах. Взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Тема 9. Диагностическая оценка фирмы в области качества.

Самооценка. «Лестница качества» (Лapidус). Методика диагностики. Методы оценки уровня конкурентоспособности путём ориентации на лучшие достижения – бенчмаркинг (benchmarking). Премия качества.

Тема 10. Процесс создания системы качества.

Основные методы управления качеством. Сферы приложения методов управления качеством. Организация работ по внедрению и функционированию системы управления качеством в организации. Подходы к внедрению систем качества. Принятие руководством официального решения о создании системы качества. Формирование службы качества. Основные этапы, исполнители и сроки разработки и внедрения системы качества. Выбор целей в области качества и определение задач. Стратегическое планирование в области качества. Тактическое планирование в области качества. Политика в области качества. Организационная структура службы качества. Положение о службе качества. Ответственность руководства организации за качество. Основные

признаки ответственности руководителей организации за качество. Разработка функциональной схемы управления качеством.

Тема 11. Организационное обеспечение качества.

Проведение обучения всех категорий, работающих в области качества. Изучение принципов управления качеством одновременно с обучением работе на производственном оборудовании. Включение ответственности за качество в каждую должностную инструкцию или описание работ производственного рабочего. Роль контроля качества на каждом рабочем месте. Реализация принципа комплексного профилактического обслуживания.

Раздел 3.

Тема 12. Процессный подход в менеджменте качества.

Понятие «процесс» в хозяйственной деятельности. Входные и выходные потоки. Управляющие воздействия. Обеспечение функционирования систем качества. Потоково-балансовая модель. Совершенствование систем качества.

Тема 13. Планирование качества.

Этапы планирования качества. Управление качеством. Обеспечение качества выпускаемой продукции. Этапы жизненного цикла продукции («петля качества»). Непрерывное улучшение качества, его этапы.

Тема 14. Документация системы качества.

Основное назначение документации системы качества. Определение состава нормативно-методических документов системы качества. Общие требования к документации. Иерархическая структура документации системы качества. Политика в области качества.

Тема 15. Система стимулирования деятельности по обеспечению качества.

Мотивация. Экономическое стимулирование. Вовлечение всего персонала организации, в деятельность по обеспечению качества. Элементы процесса вовлечения персонала в решение проблем качества.

Тема 16. Система контроля качества.

Методы статистического контроля качества (Statistical Quality Control — SQC). В.А. Шухарт, Г.Ф. Додж, Г.Г. Роминг и др. «Семь инструментов контроля качества». Метод расслоения, графики, диаграмма разброса, диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, контрольные карты, гистограммы. Процесса контроля качества (петля обратной связи).

Тема 17. Оценка системы качества после ее создания.

Международная система сертификации систем качества Аккредитованные органы по сертификации. Международный реестр сертифицированных аудиторов систем качества (IRCA). Создание, оценка, сертификация и совершенствование систем качества предприятий. Оценка качества управления в организации. Процедуры сертификации систем качества (СК) предприятий и инспекционного контроля сертифицированной системы качества. Направления совершенствования менеджмента качества на предприятиях. Интеграция систем менеджмента.

Тема 18. Экономические аспекты систем менеджмента качества.

Характеристика расходов, содержащихся в каждой группе затрат на качество. Затраты на процесс. Эффективность затрат на качество. Экономическое обоснование управленческих решений по повышению качества компонентов системы менеджмента. Обеспечение единства и неразрывности качества и эффективности производства. Экономичность системы качества. Четыре абсолюта Филиппа Кросби. Показатели эффективности менеджмента.

4.Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	60
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Антикризисное управление» (Б1.В.09)

1. Цель дисциплины - получение студентами теоретических знаний о современных концепциях антикризисного управления организацией, функционирующей в условиях рыночной экономики. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области источников, причин и проявлений кризисов во всем разнообразии взаимосвязанных тенденций развития организации.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

Знать:

- сущность, функции и проявления кризисов в экономике, их причины и возможные последствия;
- современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами;
- российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации; процедуры банкротства и последствия их введения

Уметь:

- принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий;
- применять методы и инструментарий антикризисного управления

Владеть:

- нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства;
- инструментами антикризисного управления;
- методами экономического и финансового анализа.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.

Понятие кризиса в социально-экономическом развитии и причины его возникновения. Предмет, объект, функции антикризисного управления.

Типология кризисов: по причинам, по характеру, по последствиям. Причины: объективные и субъективные; внешние и внутренние; случайные и закономерные; искусственные и естественные и др. Характер: локальный или общий; кратковременный или затяжной; частичный или системный и др. Последствия: обновление или разрушение; обострение или разрушение; преобразование или сохранение и др.

Особенности природных, общественных и экологических кризисов. Группы кризисов в социально-экономической системе: экономические, социальные организационные, психологические, технологические. Сущность и закономерности экономических кризисов.

Фазы цикла общественного воспроизводства – спад, депрессия (стагнация), оживление, подъем (бум).

Соотношение внешних и внутренних факторов кризиса. Факторы, симптомы и причины кризисов. Фазы жизненного цикла организации. Классический подход к этапам жизненного цикла организации - характеристика состояния фирм (или этапов их развития) – эксплерентов; пациентов; виолентов (национальные, интернациональные, деструктурированные виоленты); коммутантный этап и леталентный. Другие модели жизненного цикла организации. Особенности модели И. Адизеса. Стадии жизненного цикла организации по модели И. Адизеса в сравнении с другими моделями жизненного цикла предприятия (Липит, Шмидт, Скотт, Грейнер, Миллер, Лестер и др.).

Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления.

Диагностика кризисных ситуаций в деятельности предприятий и организаций. Основные параметры диагностирования (объект, цель и задачи диагностики). Аутентичность и объективность диагностирования. Три типа диагностирования. Этапы диагностирования.

Внешние и внутренние кризисные факторы и их параметры. Причины кризиса и направления анализа причин кризиса (исторический и структурный анализ, классификация факторов, определение роли человеческого фактора появления кризиса, организация диагностики). Базовые параметры, отражающие специфику конкретного объекта. Экспертные и аналитические методы диагностики. Использование многофакторных моделей прогнозирования финансовой несостоятельности организаций.

Информационные блоки при диагностике.

Сущность, цели, функции и особенности антикризисного маркетинга. Организация антикризисного маркетинга на предприятии. Использование средств маркетинга в антикризисном управлении.

Роль стратегии в антикризисном управлении Особенности стратегии и тактики антикризисного управления. Типы стратегий антикризисного управления.

Теоретические основы проведения реструктуризации корпорации в условиях кризиса.

Характеристика видов и этапы реструктуризации. Совершенствование организационных структур корпорации в современных условиях. Антикризисная реструктуризация корпорации методами слияний (поглощений).

Раздел 3. Государственное антикризисное управление.

Цель и основные направления государственного антикризисного управления. Методы достижения цели государственного антикризисного управления (прямые, косвенные, административные, экономические). Объекты и субъекты государственного регулирования. Принципы государственной антикризисной стратегии.

Направления государственного регионального регулирования. (региональная антикризисная политика)

Антикризисные проекты и программы правительства РФ. Государственное регулирование финансового оздоровления и предупреждения банкротства организаций.

Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления.

Антикризисное финансовое управление – частный вид антикризисного управления организации. Цель финансового управления. Экономическая и финансовая подсистемы организации как социально-экономической системы. (СЭС). Функциональные элементы финансового управления.

Антикризисное финансовое управление. Специфические принципы антикризисного финансового управления. Основные цели антикризисного финансового управления. Этапы антикризисного финансового управления. Сущность и методы диагностики кризисов предприятий и организаций корпорации. Внутрифирменный анализ финансовой устойчивости предприятий. Понятие «финансовая устойчивость» и управление финансовой устойчивостью организации. Финансовые ресурсы необходимые для ликвидации негативных последствий факторов кризиса. Механизм управления процессами восстановления и поддержания финансовой устойчивости организации. Особенности операционного анализа в целях финансового оздоровления организаций.

Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления.

Ключевые факторы реализации антикризисных программ: управление рисками, инновационная политика и инвестиционная политика.

Экономическое и функциональное понятие риска как черты антикризисного управления. Классификация рисков в антикризисном управлении. Организация управления рисками в организации. Основные подходы к управлению рисками (уклонение и принятие) и пути снижения рисков.

Антикризисная инновационная политика. Закономерности развития инновационной сферы, инновационные циклы. Жизненный цикл продукции и жизненный цикл технологии производства. Факторы, определяющие инновационный потенциал предприятия. Два типа инновационной стратегии (адаптивная, конкурентная)

Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Трансформация антикризисной инвестиционной деятельности. Источники инвестиционных ресурсов. Направления и формы инвестиционной деятельности. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия и оценка инвестиционных проектов.

Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления.

Правовые основы процедур банкротства предприятий и организаций в РФ., основные положения Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве) и базовые понятия в законодательстве о банкротстве. Несостоятельность (банкротство), неплатежеспособность должник, денежное обязательство, обязательные платежи, недостаточность имущества, кредиторы,

регулирующий орган, санация. Признаки банкротства. Лица, участвующие в деле о банкротстве – арбитражный управляющий, временный управляющий, административный управляющий, внешний управляющий, конкурсный управляющий. Досудебная мера по предупреждению банкротства – досудебная санация. Судебные процедуры банкротства - наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство, мировое соглашение. Методики определения несостоятельности организаций.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экологический менеджмент» (Б1.В.10)

1. Цель дисциплины – усвоение будущими бакалаврами теоретических знаний о системах экологического менеджмента и формирование умений применять конкретные методы разработки, внедрения и оценки функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента с целью повышения эффективности и результативности производственной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

Знать:

- терминологию в области экологического менеджмента;
- принципы экологического нормирования в Российской Федерации;

- основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента;
- принципы экологического аудита.

Уметь:

- находить и анализировать экологическую информацию, необходимую для анализа внешней среды предприятия;
- выявлять приоритетные экологические аспекты деятельности предприятия и воздействия на окружающую среду;
- формулировать экологическую политику и оценивать политики организаций различного профиля;
- формулировать цели и задачи предприятия в области повышения экологической результативности и энергоэффективности;
- планировать экологическое обследование и аудит предприятия;
- анализировать показатели энерго- и ресурсоэффективности организации;
- планировать бенчмаркинг ресурсо- и энергоэффективности для сектора промышленности.

Владеть:

- основными приемами оценки внешней среды предприятия с экологических позиций;
- методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности;
- приемами принятия решений о внедрении НДТ, требования к применению которых установлены для различных отраслей экономической деятельности в Российской Федерации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Экологическое регулирование и нормирование.

Тема 1.1. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологическая политика Российской Федерации. Основные элементы природоохранительного законодательства. Государственные природоохранительные органы. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологический контроль. Экономический механизм природопользования. Принципы природоохранного управления на уровне хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов, государства.

Тема 1.2. Экологическое нормирование.

Нормативы качества окружающей среды и экологическое нормирование в России и странах-членах ЕС. Нормативы качества воздуха. Нормативы качества вод. Нормирование загрязнения производственных площадок. Принципы технологического нормирования.

Тема 1.3. Оценка воздействия на окружающую среду.

Понятия и определения. Место и роль оценки воздействия в инвестиционной деятельности. Оценка воздействия на окружающую среду как процесс формализованного и систематического анализа и оценки экологических последствий намечаемой деятельности и учет результатов этого анализа в планировании, проектировании, утверждении и осуществлении данной деятельности. Основные характеристики процедуры оценки воздействия на окружающую среду.

Раздел 2. Современные системы экологического менеджмента.

Тема 2.1. Развитие экологического менеджмента в промышленности.

Развитие экологического менеджмента: международные аспекты. Мотивы развития подходов экологического менеджмента. Стандарты систем экологического менеджмента (ISO серии 14000) и их связь со стандартами менеджмента качества (ISO серии 9000), стандартами менеджмента безопасности (OHSAS серии 18000) и стандартами энергетического менеджмента (ISO серии 50000).

Тема 2.2. Структура системы экологического менеджмента.

Цикл менеджмента. Понятия и определения систем экологического менеджмента. Система экологического менеджмента: основные принципы и компоненты в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 14001:2015. Экологическая политика организации.

Тема 2.3. Постановка целей и задач организации в области экологического менеджмента.

Определение экологических аспектов деятельности организации и выявление значимых воздействий. Разработка программы экологического менеджмента. Показатели результативности: результативность деятельности, результативность менеджмента, состояние окружающей среды.

Тема 2.4. Внедрение и функционирование программы экологического менеджмента.

Разработка программы. Определение ответственности, ресурсов, порядка выполнения мероприятий. Процедуры и их роль в системе экологического менеджмента. Мотивация и обучение персонала. Оценка систем экологического менеджмента руководством.

Тема 2.5. Экологический аудит.

Экологический аудит как инструмент менеджмента. Основные понятия. Аудит соответствия требованиям законодательства. Аудит загрязненной производственной площадки. Аудит потенциальной ответственности. Внутренний экологический аудит. Сертификационный аудит.

Раздел 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности.

Тема 3.1. Законодательство в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности.

Развитие подходов повышения энерго- и ресурсоэффективности производства: международный и российский опыт. Законодательство Российской Федерации в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности. Региональный опыт повышения энергоэффективности экономики.

Тема 3.2. Структура системы энергетического менеджмента.

Понятия и определения. Основные принципы и компоненты системы энергетического в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 50001:2018. Политика организации в области энергоэффективности.

Тема 3.3. Принципы наилучших доступных технологий.

Понятие наилучшей доступной технологии (НДТ): особенности отражения в законодательстве РФ. Выявление НДТ. Бенчмаркинг. Система экологического менеджмента и система энергетического менеджмента как НДТ. Применение подходов НДТ для повышения экологической и энергетической эффективности экономики.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	3,22	116
Контактная самостоятельная работа	3,22	0,6
Курсовая работа		35,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		43,6
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	3,22	87
Контактная самостоятельная работа	3,22	0,45
Курсовая работа		26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		32,70
Вид контроля:	Зачет с оценкой	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Инновационный менеджмент» (Б1.В.11)

1. Цель дисциплины – дать студентам основные знания в области инновационного менеджмента и подготовить к решению инновационных задач организации. В **основные задачи дисциплины** входит изучение роли инноваций в макро- и микроэкономическом контексте; знакомство студентов с теоретическими основами управления инновациями в организации; выработка навыков решения прикладных задач в области инновационного менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Знать:

- закономерности экономического и технологического развития общества;
- основные определения и терминологию в области инноваций
- закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях
- особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью
- роль и место управления инновациями в стратегии организации
- принципы и источники финансирования инновационной деятельности
- концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности
- закономерности формирования и развития национальных инновационных систем;

- основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности;
Уметь:
- классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами;
- прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов;
- формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией;
- проводить анализ инновационных проектов;
- прогнозировать инновационную деятельность на макро- и микроуровне;
Владеть:
- навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран;
- навыками анализа и оценки инновационных проектов;
- методами управления персоналом в инновационной организации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1.

Введение. Периодизация теории инноваций. Основоположники теории инноваций – Й. Шумпетер, Н.Д. Кондратьев и др. Технологические уклады. «Руководство Осло» как основной методологический документ ОЭСР в области инноваций.

Тема 1. Определение и классификация инноваций.

Определение инновации. Соотношение идеи, изобретения и инновации. Инновационный процесс. Диффузия инноваций. Инновационная деятельность. Инновационный менеджмент.

Классификации инноваций. Продуктовая, процессная, маркетинговая, организационная инновации. Концепции новизны в инновациях. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Прорывные и поддерживающие инновации. Производственные и управленческие инновации. Организационный лаг.

Тема 2. Модели инновационных процессов.

Источники инноваций. Взгляды Й. Шумпетера. Линейные модели инновационных процессов. Модель продуктового цикла Абернети-Аттербек. Модель диффузии инноваций Роджерса. Модель Абернети-Кларк. Модель Хендерсон-Кларк. Модель Тиса. Циклическая модель технологической эволюции (Андерсон, Тушман). Технологическая S-образная кривая (Фостер). Технологический разрыв. Модель прорывных и поддерживающих инноваций (Кристенсен).

Раздел 2. Стратегия инноваций.

Тема 3. Стратегия и тактика инноваций.

«Магический кристалл» инновационной стратегии. Основные источники и стратегии инноваций. Корпоративные стратегии роста. Конкурентные стратегии. Систематический подход к инновациям. Инновационные стратегии. Benchmarking. «Стратегия голубого океана».

Управление инновациями в компании. Факторы успеха инновации.

Аудит инновационного менеджмента. Измерители инноваций.

Прогнозирование инноваций. Корпоративный технологический Форсайт. Технологические дорожные карты.

Тема 4. Инновационная организация. Инновационная организация (адхократия) Г. Минцберга. Стимулы, способности и реализация инноваций в организации. Организационные характеристики, способствующие инновациям. Частично и полностью интегрированные инновационные организации. Закрытые и открытые модели инновационной деятельности. Модель открытых инноваций.

Организационная культура. Создание инновационной организационной культуры.

Тема 5. Управление проектами и портфелем НИОКР.

Определение НИОКР. Пространство НИОКР. Изменение характера управления НИОКР. Организация промышленных НИОКР. Стратегия НИОКР. Бюджет НИОКР. Эффективное управление НИОКР. Стратегии научно-технической деятельности. Управление НИОКР и исследовательскими проектами.

Модели выбора проектов. Критерии оценки проекта.

Матрица неопределенностей Пирсона. Матрица технологического портфеля. Модель стадий и шлюзов (Р. Купер). Венчурный совет.

Раздел 3.

Тема 6. Финансирование инновационной деятельности. Источники финансирования ИД. Государственное финансирование. Венчурный капитал. Источники венчурного капитала. Проблемы венчурного бизнеса в России. Прямые инвестиции. Бизнес-ангелы. Корпоративные инвесторы.

Тема 7. Инновационный и инвестиционный анализ. Комплексный подход к анализу эффективности инновационной деятельности. Коммерческий анализ. Научно-технический анализ. Социальный анализ. Экологический анализ. Порядок инновационного анализа. Финансово-экономический анализ. Статические и динамические методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

Раздел 4. Интеллектуальный и человеческий капитал.

Тема 8. Структура интеллектуального капитала. Управление знаниями в организации: цели, инструменты,

Тема 9. Интеллектуальная собственность. Понятия интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала. Технологическая рента. Пирамида интеллектуальной собственности. Патент. Изобретение. Полезная модель. Промышленный образец. Товарный знак. Авторское право. Коммерческая тайна. Ноу-хау. За и против защиты интеллектуальной собственности.

Тема 10. Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации. Роли и личные качества персонала в инновационном процессе. Планирование, стимулирование, оценка и развитие карьеры.

Раздел 5.

Тема 9. Национальная инновационная система (НИС). Определение НИС. Технологическая глобализация и национальные особенности. Модели НИС. Факторы, определяющие НИС. Суммарный инновационный индекс как показатель инновационности государства. Структура НИС и взаимодействие ее элементов. Субъекты НИС. Роль государства. Организации инфраструктуры НИС. Недостатки НИС-подхода. НИС зарубежных стран.

Тема 10. НИС России. Законодательные основы инновационной деятельности в России. Субъекты и инфраструктура ИД (наукограды, технопарки, бизнес-инкубаторы и др.). Прямое и косвенное государственное стимулирование ИД. Проблемы ИД в России.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:		

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	60
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг» (Б1.В.12)

1. Цель дисциплины – освоение теоретических знаний и профессиональных навыков для формирования компетенций в области управления брендом предприятия в условиях высоко конкурентного рынка.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- Владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).
- Владением 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);
- 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) (ПК-12);
- Владением навыками бизнес-планирования, создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

Знать:

- основные понятия и инструменты современного брендинга, его роль в процессе управления предприятием, сущность бренда как основного элемента рыночных активов в управлении предприятием, методические аспекты создания и управления брендом в условиях высоко конкурентного рынка;
- роль брендинга в процессах формирования уникальных конкурентных преимуществ на рынке, основы разработки и вывода на рынок нового бренда; основы управления существующим брендом на рынке;
- методические подходы к оценке стоимости брендов;
- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда;
- основы законодательства охраны торговых марок в Европе, США и России;
- принципы построения программы повышения лояльности к бренду;
- общие характеристики ивент-маркетинга и методы креатива в нем, инструменты и технологии событийного маркетинга.
- формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в СМИ.

Уметь:

- разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке;
- самостоятельно проводить оценку бренда;
- оценивать ответственность за незаконное использование товарной марки;
- разрабатывать основные направления совершенствования существующих программ повышения лояльности к бренду;
- разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;
- применять методы анализа бренда;
- планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;
- осуществлять оценку мероприятия и оценивать риски в событийном маркетинге;
- выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через СМИ.

Владеть:

- понятийным аппаратом в области брендинга;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ;
- технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия;
- навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач;
- технологиями ребрендинга;
- современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда;
- навыками составления программы повышения лояльности к бренду;
- базовыми навыками общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и другими референтными группами;
- методами финансового управления мероприятием и формирования цен на него.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Бренд-менеджмент.

1.1. История брендов и брендинга.

Основные понятия и определения. Первые шаги брендинга. Появление российских брендов.

1.2. Теоретические аспекты технологии брендинга.

Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга.

1.3. Маркетинговые исследования в брендинге.

Понятие, виды и методы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования бренда. Маркетинговые исследования имиджа бренда.

1.4. Подготовительная стадия брендинга.

Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей. Позиционирование бренда на рынке. Способы корректировки бренда на рынке: рестайлинг, репозиционирование, ренейминг. Ребрендинг. Ликвидация бренда.

1.5. Проективная стадия брендинга.

Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность. Атрибуты бренда и их основные характеристики. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX века. Идентификаторы бренда: трудности перевода. Влияние культурного фактора макросреды на формирование бренд-нейма на отечественном рынке. Стратегии выхода компании на международный рынок. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков. Трансформация товарных знаков известных компаний. Шрифт и цвет как атрибуты бренда. Личность бренда и его основные составляющие.

1.6. Правовые основы бренда.

Система охраны товарных марок в Европе. Система охраны товарных знаков в США. Правовые основания охраны бренда. Этапы регистрации торгового знака. Ответственность за незаконное использование товарного знака.

1.7. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании.

Понятие «архитектура бренда». Основные модели построения архитектуры брендов. Каннибализм в портфеле брендов компании: основные причины и способы его предотвращения. Интегрированный брендинг. PR-технологии. Аудит бренда.

1.8. Управление лояльностью к бренду.

Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели. Основные классификации программ лояльности. Эволюция маркетинга лояльности. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации. Антилояльность: понятие, уровни и способы управления ею.

1.9. Марочный капитал.

Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Способы оценки бренда. Проблемы оценки стоимости бренда. Лизинг, франчайзинг и лицензионные соглашения.

1.10. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации.

Особенности брендинга в развитых странах. Использование технологии брендинга в развивающихся странах. Брендинг в современной России: особенности и тенденции его развития.

Раздел 2. Ивент-маркетинг (событийный маркетинг).

2.1. Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга.

Особенности организации корпоративных и частных мероприятий с возможностью продвижения бренда/продукции. Разрешение противоречий между творческими и маркетинговыми задачами при организации специальных мероприятий. Как согласовать событие и бренд. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. Событийный маркетинг как инструмент управления корпоративным имиджем. «Внутренний» и «внешний клиент». Событийный маркетинг для некоммерческих организаций.

2.2. События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Постановка цели и задач события. Классификация событий. Популярные форматы событий (Мероприятия для заработка на билетах. Мероприятия для спонсоров и партнеров. Мероприятие под реализацию одного товара. Система мероприятий для продвижения места. Система событий для продажи услуг). Синергия всех видов событий. Примеры успешного событийного маркетинга.

2.3. Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга.

Идея мероприятия. Подбор команды исполнителей. Инструменты для командной работы. Взаимодействие внутри команды. Работа с волонтерами. Юридические тонкости при организации мероприятия. Бюджетирование мероприятия. Ценообразование. Партнерские и спонсорские отношения в структуре событийного маркетинга. Работа с бартерными и коммерческими партнерами, подрядчиками. Интеграция партнеров в мероприятие.

2.4. Продвижение события.

Устаревающие каналы продвижения. Целевая аудитория. Создание сайта мероприятия. Встречи в соцсетях, сервисы. Использование сервисов для регистрации участников и продажи билетов. Оформление встреч в соцсетях. Подготовка пресс-релиза. Работа с информационными партнерами. Реклама в социальных сетях, на порталах и в блогах.

2.5. Проведение события.

Проверка готовности мероприятия. Раздаточные материалы на деловых мероприятиях. Тайминг мероприятия. Инструктаж команды. Зонирование пространства. Регистрация участников. Встреча и сопровождение гостей, партнеров и выступающих. Маркет, фудкорт и мастер-классы на мероприятиях. Организация нетворкинга. Проведение онлайн мероприятий.

2.6. Оценка результатов события. Система событий.

Пострелизы в СМИ. Постпродакшн мероприятия. Анализ ошибок и сбор обратной связи. База для рассылки. Свое сообщество в социальных сетях. Личные страницы. Другие каналы коммуникации.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг» (Б1.В.13)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен.

Обладать следующими компетенциями:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- способностью 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).

Знать:

- типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений;
- методы сегментирования рынка товаров и потребителей;
- основы товарной политики и формирования ассортимента товаров;
- методы проведения маркетинговых исследований;
- инструменты маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля;
- выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта;
- правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации.

Владеть:

- методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;
- навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Стратегический маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга.

Эволюция развития маркетинга и его роль в теории и практике менеджмента. Маркетинг как центральная функция управления бизнесом, цель которого определение потребности потребителей и мобилизация ресурсов компании для удовлетворения этих потребностей. Рыночная среда – базовая основа маркетинга. Социально-экономическая сущность маркетинга, его цели принципы, функции, инструментарий. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Среда, виды и объекты маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Современные концепции маркетинга. Значение маркетинговой информационной среды. Планирование в системе маркетинга – оперативное и тактическое. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Стратегия маркетинга и критерии её выбора. Стратегический маркетинг в условиях глобализации. Содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности.

Маркетинговые стратегии на корпоративном, функциональном и операционном уровнях управления. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Стратегические матрицы БКГ, Джи-И-Маккензи, И.Ансоффа. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на институциональном уровне: управление товаром, ценой и сервисом. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм.

Тема 2. Управление маркетингом.

Эволюция концепций управления маркетингом. Механизм управления маркетингом, его основные блоки. Система принципов управления маркетингом. Принципы организационного поведения, профессионализма руководства, прибыльности и эффективности, контроля и учета, их составляющие компоненты. Взаимосвязь высшего руководства и основных функций управления маркетингом. Блок-схема функций маркетинга.

Управление долговременными и прибыльными взаимоотношениями с клиентами и партнерами по бизнесу. Автоматизация бизнес-процессов компании (CRM). Задачи CRM-системы для удовлетворения и удержания клиентов и оптимизации деятельности компании (поиск и обработка информации, анализ данных, управление продажами и т.д.). Определение стратегических целей и задач на основе информационного обеспечения процесса принятия управленческих решений. Содержание информационных стратегий: функциональная, информационная, коммуникативная, прогнозная, инновационная. Варианты выбора информационной стратегии на этапах жизненного цикла продукции предприятия. Основные функции построения CRM-системы с учетом требований клиента. Этапы внедрения CRM-системы. Обзор существующего программного обеспечения для CRM- систем.

Тема 3. Организационные формы управления маркетингом.

Структуры маркетинговой службы на предприятии – цели, задачи, функции. Современные профессиональные требования к специалисту по маркетингу. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. План маркетинга как системный документ достижения целевой функции компании. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Маркетинговые программы. Информационное обеспечение основных уровней планирования. Модель антикризисного управления маркетингом с учетом элементов поведенческого маркетинга.

Тема 4. Управление распределением.

Планово-управленческие решения по созданию системы выгодной дистрибьюции. Обоснование выбора уровней каналов распределения по уровню затрат в системе распределения. Стратегии продвижения. Комплекс продвижения. Стимулирование продаж. Управление сетевым маркетингом. Специальные технологии организации сетевой торговли. Характеристика сетевого-маркетолога.

Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии.

Анализ потребностей посредством сегментации рынка. Анализ привлекательности рынка: измерение рыночного потенциала и прогнозирование будущего размера рынка. Анализ объема продаж и доли рынка организации. Моделирование жизненного цикла продукта организации. Анализ конкурентоспособности организации. Определение основы конкурентного преимущества организации. Выявление возможностей для реализации конкурентного преимущества. Предвидение реакции конкурентов.

Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий.

Связь между стратегией и сегментацией. Определение базового рынка организации. Концептуализация базового рынка в системе координат «функции», «клиенты» и «технологии». Построение сетки сегментации базового рынка. Анализ возможностей образования новых сегментов базового рынка. Выбор стратегии охвата сегментов базового рынка: стратегия концентрации или фокуса, стратегия функционального специалиста, стратегия специализации по клиенту, стратегия селективной специализации, стратегия полного охвата рынка. Процесс оценки привлекательности каждого из сегментов рынка и возможностей компании по их прибыльному обслуживанию. Создание предложения ценности: дифференциация, позиционирование и массовая кастомизация в различных отраслях.

Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии.

Система управления реализацией маркетинговых стратегий. Стратегический маркетинговый план: принципы реализации маркетинговой стратегии, содержащиеся в маркетинговом плане, содержание маркетингового плана, реализация плана. Оценка результатов маркетинговой деятельности компании с помощью системы ключевых показателей эффективности (KPI).

Информационное обеспечение стратегического управления маркетингом в условиях цифровизации. Принятие маркетинговых управленческих решений при дефиците информации. Бизнес-процессы стратегического маркетинга, требующие маркетинговой информационной поддержки. Digital-технологии информационного обеспечения стратегического управления маркетингом. Организационные аспекты стратегического маркетинга. Реинжиниринг и структуры управления маркетингом. Перспективы использования стратегического маркетинга отечественными организациями на рынке туристских услуг. Лучшие практики. Бенчмаркинг реализации эффективных маркетинговых стратегий ведущими компаниями на локальных и мировых рынках в туристской сфере.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16

Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,0	24
Лекции	0,5	12
Практические занятия	0,5	12
Самостоятельная работа	2,0	57
Контактная самостоятельная работа	2,0	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама» (Б1.В.14)

1. Целью дисциплины является освоение теоретических и практических аспектов рекламной деятельности, позволяющих профессионально планировать рекламную кампанию, оптимизировать рекламный бюджет, проводить оценку эффективности рекламы для устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и предприятия (организации).

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).
- способностью 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).

Знать:

- сущность и элементы рекламной коммуникации; законодательные требования в сфере рекламы, виды рекламного распространения; подходы к составлению рекламного сообщения, основы планирования рекламной кампании.

Уметь:

- определять цели рекламной деятельности, разрабатывать план рекламной кампании; составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса; использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- подходами к построению рекламной службы на предприятии, методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.

3. Краткое содержание разделов дисциплины.

Введение. Определение рекламы. Функции рекламы: коммуникативная, экономическая, социальная, идеологическая, имиджевая. Основные понятия рекламного процесса. Элементы процесса коммуникации.

Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга.

Реклама и процесс маркетинга: стадия исследования. Рыночный и конкурентный анализ. Анализ свойств товара. Анализ потребительской аудитории, изучение отношения потребителей к товару данной марки; исследование покупательских мотивов. Определение целей кампании по продвижению товара. Роль рекламы в плане маркетинга.

Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Позиционирование, продвижение, документы планирования, бизнес-план. Уникальное торговое предложение (УТП). Позиционирование Маркетинговый микс. Стратегический документ: маркетинговая цель, целевая аудитория, продукт, индивидуальность бренда, обещание.

Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Виды ИМК: Директ-маркетинг. Спонсорство. Мерчендайзинг. Специальные события. Классификация рекламы ATL, BTL. Нетрадиционная реклама (BTL). Сопоставление рекламы и других видов ИМК.

Основные направления деятельности. Паблик рилейшнз. Отличия рекламы и паблик рилейшнз по характеру решаемых задач, методам использования масс-медиа, периоду времени решения задач, возможностям контроля.

Раздел 2. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности.

Государственное регулирование в рекламе.

Федеральный закон: «О рекламе». Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная. Особенности рекламы в различных СМИ. Защита несовершеннолетних в рекламе. Социальная реклама. Требования к рекламе отдельных видов продукции.

Федеральные законы «О товарных знаках», «О защите прав потребителей».

Саморегулирование в рекламе. Международная торговая палата (Международный кодекс рекламной практики), Международная ассоциация рекламы. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).

Культура и этика в рекламе. Реклама и общество. Универсальные и культурно-национальные этические нормы. Вкус и реклама. Стереотипы в рекламе. Реклама как способ межкультурной коммуникации.

Социально-психологическое воздействие рекламы. Модели психологического воздействия рекламы.

Раздел 3. Виды рекламы.

Основные виды рекламы. Классификация по видам рекламоносителей. Печатная реклама, радиореклама, телевизионная, наружная реклама, интернет-реклама. Особенности рекламных жанров. Преимущества и недостатки различных видов СМИ. Элементы медиапланирования.

Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы: торговая марка, логотип. Некоторые из самых известных мировых брендов. Типы брендов: семейственный, ассортиментный, зонтичный, индивидуальный.

Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.

Рекламный текст. Формула рекламного воздействия, вербальная составляющая рекламного сообщения (слоган, заголовок, эхо-фраза), творческая концепция.

Рациональный и эмоциональный подходы к составлению рекламного сообщения. Методология тестирования рекламных текстов.

Изображение и звучание в рекламном сообщении. Правила компоновки, рекламные персонажи, цветовые значения, символика цвета (тест Люшера), шрифты. Взаимодействие текста и изображения.

Музыка, звуковое оформление текста и звуковые эффекты.

Рекламный креатив. Творческий конкурентный анализ, творческие теории, методы активизации поиска идей. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в процессе создания и тестирования рекламного сообщения.

Раздел 5. Организация рекламной деятельности.

Участники рекламной деятельности.

Рекламодатель. Рекламная служба в организации. Требования к персоналу. Рекламная активность предприятия.

Рекламные агентства. Типы рекламных агентств и их структура. Выбор рекламного агентства. Варианты работы с рекламным агентством.

Организация и планирование рекламных кампаний. Варианты построения рекламной кампании (РК). Этапы РК. План РК: анализ маркетинговой ситуации, определение целей РК, разработка рекламной стратегии, выбор средств распространения рекламы, оценка рекламного бюджета. Планирование финансовых показателей.

Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности. Цели и задачи медиапланирования. Оперативное и тактическое медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры. Оптимизация медиаплана.

Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия. Параметры выбора выставки. Реклама до и во время выставки. Формирование выставочного дизайна. Технология работы на выставке. Оценка эффективности участия в выставке.

Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Виды оценочных тестов. Определение коммуникативной эффективности рекламы. Преимущества и недостатки различных видов тестирования. Определение экономической эффективности рекламы. Критерии оценки экономической эффективности рекламы. Параметрические модели расчета экономической эффективности. Принципы эффективной рекламы.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Ценообразование» (Б1.В.15)

1. Цель дисциплины заключается в формировании у студентов системы знаний о роли цены в современной рыночной экономике, составе и структуре цены, основах ценообразования на рынках различных типов, об общих основах ценовой стратегии и ценовой политики, влиянии потребителей и их психологии на процесс ценообразования, о формировании и регулировании цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью 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);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Знать:

- экономическую сущность и функции цены и основные факторы ценообразования;
- закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги);
- цели, стратегии и политики ценообразования;
- методы государственного регулирования цен;
- закономерности ценообразования на отраслевых рынках;

Уметь:

- применять основные стратегии и политики ценообразования;
- оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию;

Владеть:

- методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;
- методами ценообразования.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования.

Введение. Место ценообразования в ряду экономических дисциплин. Роль специалиста по ценообразованию в компании.

Цена как экономическая категория.

Основные теоретические концепции цены. Сущность цены. Функции цены. Факторы ценообразования. Внутренние и внешние факторы.

Система цен в экономике. Виды цен. Состав и структура цены.

Ценообразование на рынках различных типов.

Характеристики структуры рынка – концентрация продавцов и покупателей, наличие барьеров входа и выхода, свойства продукта, наличие конкурентной среды, доступность информации. Ценообразование на рынках свободной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Ценовая дискриминация. Регулирование монополии.

Анализ и оценка эластичности спроса.

Значение коэффициентов эластичности для ценообразования. Эластичность спроса по цене. Точечная и дуговая эластичность. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность. Взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Пороговые значения коэффициентов эластичности. Кривая спроса и совокупная выручка.

Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)

Поведение потребителей.

Роль ценности в ценообразовании. Определение экономической ценности. Факторы, влияющие на восприятие ценности. Сегментация потребителей. Управление восприятием ценности и ценовой чувствительностью.

Методы сбора информации о поведении потребителей

Классификация источников и методов сбора и оценки информации о поведении потребителей. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках. Анализ данных о покупках в условиях контролируемого эксперимента. Изучение предпочтений и намерений покупателей в условиях контролируемого опроса. Исследования предпочтений и намерений потребителей в условиях контролируемого эксперимента.

Влияние конкуренции на процесс ценообразования.

Ценовая конкуренция как игра с отрицательной суммой. Конкурентные преимущества как основа для лидирования на рынке. Возможные реакции на действия конкурентов. Конкуренция как информационная кампания.

Условия применения агрессивного ценообразования. Ценовые войны.

Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования

Ценовая стратегия компании.

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Дифференциация цен. Влияние конкуренции на формирование цен.

Ценовая политика компании.

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые товары. Ценообразование в рамках товарной линии. Пакетное ценообразование. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики.

Методы ценообразования

Сущность затратного ценообразования. Методы затратного ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования.

Анализ безубыточности решений в ценообразовании.

Классификация затрат для целей ценообразования. Модель безубыточности. Анализ безубыточности при активном и пассивном ценообразовании.

Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте.

Регулирование цен.

Государственное регулирование цен. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Учет влияния инфляции. Формы и методы воздействия государства на цены. Основные законодательные документы в области государственного регулирования цен. Регулирование цен на монопольных и естественно-монопольных рынках. Регулирование цен в зарубежных странах. Влияние налогов на процессы ценообразования.

Особенности ценообразования на отраслевых рынках.

Ценообразование на продукцию производственно-технического назначения. Ценообразование на потребительские товары. Ценообразование на услуги. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценообразование в сети Интернет.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12

Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг территорий» (Б1.В.16)

1. Цель дисциплины – дать обучающимся знания в области разработки стратегий брендинга и позиционирования территории для привлечения инвесторов в регион, область или город, организации передовых коммуникационных технологий для привлечения целевых аудиторий, разработки новых рынков сбыта для ключевых продуктов региона.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- 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 (ПК-10);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

Знать:

- предметы, цели и задачи маркетинга территорий;
- понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга;
- виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа;
- механизмы и технологии маркетинга территорий.

Уметь:

- применять инструменты исследований в маркетинге территорий;
- разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации;
- использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе;
- разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга.

Владеть:

- способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга;
- способами управления имиджем территории;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Маркетинг территорий» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территорий.

Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология.

Дестинация в системе туризма. Маркетинг туристских территорий: понятие и основные этапы. Туристская дестинация как объект продвижения. Стратегия развития туристских дестинаций. Формирование туристской привлекательности как необходимое условие продвижения территории. Система туризма как объект исследования. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом. Факторы среды системы туризма и их влияние: экономические, социальные, политические, экологические и технологические. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Структура туристской дестинации. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры

дестинации. Типология туристских дестинаций. Зависимость масштабности дестинации в зависимости от удаленности туристского спроса. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горно-спортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов. Атракционный пункт как локальная туристская дестинация. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные атракционные пункты. Место маркетингового управления в продвижении туристских территорий и комплексов.

Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация.

Содержание маркетинга дестинаций. Маркетинг дестинаций в структуре маркетинга в туризме. Основные принципы маркетинга дестинаций: территориальной представительности, межотраслевого сотрудничества, акцентирования достопримечательностей, позиционирования видов туризма, кооперации предприятий, географической концентрации маркетинговых усилий. Организация маркетинга дестинаций - стран. Реализация принципов территориальной представительности и межотраслевого сотрудничества. Организация маркетинга туристского региона на основе принципа и позиционирования видов туризма.

Маркетинг туристского центра и методы акцентирования достопримечательностей. Организация маркетинга атракционного пункта на основе кооперации с предприятиями туристской индустрии. Реализация принципа территориальной концентрации маркетинговых усилий атракционного пункта. Разработка региональных туристских продуктов. Туристский потенциал территории. Роль организаций по маркетингу дестинаций в продвижении туристских территорий. Организации по маркетингу дестинаций: подходы к определению, классификация. Теория стейкхолдеров. Анализ деятельности региональных и национальных DMO на основе функций, которые они выполняют (на примере CVB гейнсвилла, NTO Новой Зеландии, Ярославского конвеншн бюро). Характеристика нормативно-правовой базы РФ, освещающей деятельность организации по маркетингу дестинаций. Система DMO в России на Федеральном, региональном и локальном уровнях.

Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.

Понятие туристского пространства. Пространственные закономерности размещения туристских ресурсов и центров туристского спроса. Тенденции, проблемы и противоречия развития туристско-рекреационного комплекса РФ. Районирование территорий РФ по основным направлениям их перспективного развития в туризме. Особенности формирования территориальной рекреационной системы сферы туризма территории. Влияние местоположения дестинации на формирование доходов туристской индустрии. Глобализация как фактор формирования современной среды маркетинга дестинаций. Основные тенденции глобализации туризма: развитие глобального информационного пространства, внедрение глобальных систем бронирования и резервирования, распространение международных стандартов обслуживания, транснационализация капитала туристской индустрии, уменьшение барьеров на пути международных туристских миграций. Концепция поляризации мирового туристского пространства.

Пространственные процессы современного рынка туристских услуг. Поляризация мирового туристского рынка. Иерархические модели мирового туристского пространства И.И.Пирожника и А.Ю.Александровой. Понятие «центра», «полупериферии» и «периферии». Мировые центры интенсивного развития туристской индустрии. Полупериферийные зоны развития туристской индустрии. Продвинутая и глубокая периферия. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании маркетинга дестинации.

Раздел 2. Научно-практические и методические аспекты развития маркетинга территорий.

Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции.

Туристские ресурсы как фактор развития дестинаций. Туристские ресурсы как часть рекреационных ресурсов. Классификация материальных туристских ресурсов. Мифотворчество как способ создания нематериальных туристских ресурсов. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии. Компетенции как фактор конкурентоспособности локальной туристской дестинации. Механизм формирования среды компетенций в туристской индустрии. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного

цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Формирование туристских кластеров дестинаций. Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации.

Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.

Сущность бренда туристской дестинации. Сущность брендинга. Брендинг как маркетинговая стратегия, форма пиара, процесс создания и управления нематериальными активами. Преимущества предприятия туристской индустрии, использующего бренд: лояльность потребителей, меньшая уязвимость маркетинга со стороны конкурентов, дополнительные возможности получения дохода, усиление маркетинговых коммуникаций. Факторы увеличения доходов предприятия, использующего бренд: эластичный отклик на уменьшение цены, неэластичный отклик на увеличение цены, франчайзинг или лицензирование. Базовый концепт брендинга территорий. Основные принципы, задачи, функции и инструментарий брендинга территорий. Роль ИМК в продвижении бренда.

Мировой опыт брендинга территорий. Отечественный опыт брендинга территорий. Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий.

Этапы формирования бренда: маркетинговые исследования, разработка структуры бренда, выбор имени, формирование образа, визуальное воплощение. Структуры развития брендов: зонтичная и комплексная. Фирменный стиль как визуальное отображение бренда. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип, слоган, фирменный блок, фирменные цвета, особенности дизайна, шрифт, внутрифирменные стандарты. Носители фирменного стиля. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций. Формирование бренда дестинации со сложным культурно-историческим и рекреационно-ресурсным потенциалом.

Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.

Модель маркетинговой информационной системы туризма. Программное обеспечение маркетинговой деятельности в туризме. Система интернет-инструментов продвижения дестинаций. Современные тенденции распространения информационных технологий в туристской индустрии. Функции интернет-маркетинга дестинаций: коммуникационная (информационно-рекламная), сбытовая (обеспечение бронирования и резервирования), продуктовая (формирование комплексного турпродукта), трансфертная (денежные переводы и расчеты). Использование дестинацией специализированных туристических порталов в целях рекламы и сбыта. Информационные технологии в маркетинге гостиниц и ресторанов. Обеспечение доступа туристской индустрии дестинаций в глобальные системы бронирования и резервирования (Амадеус, Галилео и др.). Контекстная реклама дестинаций в Интернете. Коммуникационные свойства web-сайтов туристских дестинаций. Особенности создания сайта туристской дестинации. Структура сайта дестинации. Методы повышения посещаемости сайта. Оценка коммуникационных свойств сайта дестинации.

Тема 9. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий.

Событийный туризм: определение и значение. Мега-событие как катализатор эффективного продвижения туристской дестинации на международном уровне. Продвижение на международном туристском рынке в контексте проведения ЧМ–2018 по футболу. Специфика продвижения города. Анализ примеров маркетинга и брендинга городов. Специфика продвижения города. Летняя олимпиада 2012 года и ее влияние на формирование бренда Лондона. Зимняя олимпиада 2014 года и ее влияние на формирование бренда Сочи. Особенности разработки бренда города в связи с мега-событием - чемпионат мира по футболу 2018 года. Международные тенденции продвижения территорий. Продвижение территорий на примере Германии и США. Продвижение территорий на примере Китая и Японии

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108

Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический менеджмент» (Б1.В.17)

1. Цель дисциплины – изучение методологических основ стратегического управления, овладение практическими навыками разработки базовых стратегий для конкретных объектов управления.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способность 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);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

Знать:

- основные теории стратегического менеджмента;
- принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- основные направления интегрирования корпоративной социальной ответственности в теорию и практику стратегического управления.

Уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.

Владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение. Предмет курса, системные и аналитические методы, используемые в стратегическом менеджменте. Содержание разделов дисциплины, порядок набора баллов и допуска к экзамену, темы и сроки контрольных работ, требованию к оформлению и содержанию курсовой работы, порядок ее защиты, рекомендуемая для самостоятельного изучения литература. Цели, задачи и место курса в подготовке бакалавра направления Менеджмент. Краткие исторические сведения.

Раздел 1. Теоретические основы стратегического менеджмента: понятие и основные составляющие стратегического управления организацией; анализ среды; миссия, видение, бизнес-идея и цели.

1.1. Понятие «стратегия». Сущность стратегии. Стратегический план.

Понятие «стратегия». Стратегическое планирование – первооснова стратегического управления. Процесс стратегического планирования. Основные виды управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования (распределение ресурсов, адаптация к внешней среде, внутренняя координация, осознание организационных стратегий). Сущность стратегии. Стратегический план.

1.2. Понятие и основные составляющие стратегического управления организацией и стратегического анализа.

Понятие и основные составляющие стратегического управления организацией. Сущность стратегического управления. Различия оперативного и стратегического управлений. Ключевые характеристики управления организацией (миссия, предназначение, преимущественная концентрация внимания менеджмента, учет фактора времени, основные факторы построения систем управления, управление персоналом, оценка эффективности). Основные принципы стратегического управления. Характерные признаки нестратегического управления. Проблемы и трудности стратегического управления. Общая схема процесса стратегического управления и характеристика его этапов. Стратегический анализ. Состав и содержание работ по проведению стратегического анализа. Составляющие стратегического управления и связь между ними (анализ среды, определение миссии и целей, определение стратегических альтернатив, выбор стратегии, оценка и контроль выполнения). Правила успешной реализации стратегий. Этапы деятельности высшего руководства на стадии реализации стратегий. Основные задачи оценки и контроля выполнения стратегий.

1.3. Окружение организации. Внутренняя среда.

Окружение организации как совокупность двух сред (макросреда, непосредственное окружение). Внутренняя среда. Уровни среды. Внешнее окружение (мезосреда, макросреда, мегасреда).

1.4. Анализ макросреды.

Анализ макросреды (внешней среды или среды косвенного воздействия). Задачи анализа внешней среды. Состав макросреды, характеристика его составляющих и их влияние на организацию. Компоненты макросреды (экономическая, правового регулирования, политическая, социальная, технологическая). Взаимовлияние составляющих макросреды. Степень воздействия компонент макросреды на организацию. Система отслеживания внешней среды. Способы наблюдения за средой косвенного воздействия. Характерные тенденции (тренды) изменения состояния отдельных факторов внешней среды. Факторы составляющих макросреды, их характер влияния на организацию, ответные реакции организации. Анализ угроз и возможностей макросреды. Проблемы развития организации, вытекающие из состояния внешней среды. Примеры анализа макросреды организации.

1.5. Анализ среды непосредственного окружения. Понятие «отрасль».

Анализ среды непосредственного окружения. Задачи анализа среды непосредственного окружения организации. Понятие «отрасль». Характеристика состояния и перспектив развития отрасли. Технические и экономические характеристики состояния отраслевой рыночной среды. Анализ движущих сил в отрасли. Природа и характер конкурентной среды в отрасли. Анализ отраслевой конкурентной среды (субъекты конкурентной среды, их угрозы, возможности, барьеры на пути вхождения потенциальных пришельцев). Пример общей оценки конкурентной среды в отрасли. Схема проведения стратегического анализа рыночной ситуации. Сила конкурентной борьбы внутри

отрасли. Модель Портера пяти сил конкуренции. Интенсивность конкуренции, давление конкурентных сил.

1.6. Анализ конкурентов, поставщиков и покупателей. Входные барьеры. Ключевые факторы успеха.

Основные источники барьеров для входа «пришельцев». Анализ конкурентов и их возможных действий. Стратегические группы конкурентов в отрасли. Карты стратегических групп конкурентов. Построение карт стратегических групп конкурентов. Изменения стратегических групп. Схема исследования конкурентов. Анализ поставщиков. Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика. Характеристики деятельности поставщика. Влияние поставщика на организацию. Анализ покупателей. Характеристики покупателя и его профиль. Факторы, определяющие торговую силу покупателя. Влияние покупателя на силу конкуренции в отрасли. Ключевые факторы успеха. Анализ рынка рабочей силы. Обзор основных факторов непосредственного окружения и их влияния на организацию.

1.7. Внутренняя среда организации. Состав и методы анализа.

Анализ внутренней среды организации. Состав анализа. Набор ключевых внутренних факторов организации и ключевых вопросов. Персонал, кадры. Организационный аспект и организация общего управления. Производственный аспект. Технология и производство. Маркетинговый аспект. Финансы и эккаунтинг. Исследования и разработки. Организационная культура. Совместное рассмотрение результатов анализа потенциала организации и анализа конкурентов. Пример определения относительных преимуществ организации в конкуренции. Построение профиля конкурентных преимуществ (недостатков). Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации. Пример анализа внутренней среды организации. Сильные и слабые стороны организации.

1.8. Методы анализа сред. SWOT-анализ.

Методы анализа среды. Угрозы и возможности внешней среды. Ранжирование угроз. Метод позиционирования возможностей. Вероятность использования возможностей и реализации угроз. Матрицы возможностей и угроз. Анализ полей матриц. Сильные и слабые стороны организации. SWOT-анализ. Матрица SWOT-анализа. Анализ полей матрицы. Понятия о методах составления профиля среды, критических вопросов, анализа иерархий, разработки сценариев.

1.9. Целевое начало организации. Формулирование миссии.

Понятие «целевое начало». Широкое и узкое понимание миссии. Основные группы людей, интересы которых учитываются при определении предназначения организации (собственники, сотрудники, покупатели, партнеры, местное сообщество, общество в целом); характеристики групп. Влияние основных групп на миссию организации. Факторы, учитываемые при выработке миссии. Характеристики организации, отражаемые в расшифровке миссии. Отражение имиджа организации в ее миссии. Цели формулирования миссии. «Неконкретность» миссии. Особенности формулирования миссии.

1.10. Система целей организации и процесс их выработки.

Цели организации. Миссия, как основа целеполагания. Основные временные типы целей. Значимость и функции целей для организации. Особенности долго-, средне- и краткосрочных целей. Ситуационность в выборе набора целей. Основные области (сферы) установления целей. Направления установления целей и показатели. Иерархия целей, декомпозиция, уровни целей. Цели быстрого роста, стабильного роста, сокращения. Перечень и характеристики ключевых требований формулирования целей (достижимость, совместимость, приемлемость, конкретность, гибкость, измеримость). Установление целей. Фазы процесса выработки целей. Ситуационный характер изменения целей. Подход систематически упреждающей корректировки целей.

Раздел 2. Разработка стратегий, их воплощение и контроль реализации.

2.1. Разработка стратегий организации. Правила, как предмет стратегического менеджмента.

Сущность стратегии организации. Два взгляда на понимание стратегии. Определение понятия «стратегия». Главный вопрос, на который отвечают стратегии. Стратегия как направление движения и долгосрочная задача организации. Примеры стратегий первого и второго типов. Правила как предмет стратегического менеджмента.

2.2. Эталонные (базисные) стратегии. Матрица БКГ.

Типы стратегий бизнеса. Характеристика трех основных областей выработки стратегии поведения фирмы на рынке. Базисные (эталонные) стратегии. Стратегии концентрированного роста (первая группа эталонных стратегий - стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта). Стратегии интегрированного роста (вторая группа - стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции). Стратегии диверсифицированного роста (третья группа - стратегии центрированной, горизонтальной и конгломеративной диверсификаций). Факторы, обуславливающие выбор стратегий диверсифицированного роста. Стратегии сокращения (четвертый тип эталонных стратегий - ликвидации, «сбора урожая», сокращения и сокращения расходов). Матрица БКГ. Поля матрицы («знаки вопроса», «звезды», «дойные коровы», «хромые утки»).

2.3. Матрица Томпсона и Стриккланда. Матрица «продукт – рынок». Модель (матрица) «доля рынка – рост рынка». Стратегические единицы бизнеса.

Определение стратегий организации. Уяснение текущей стратегии. Подходы к генерации альтернативных стратегий и их анализ. Анализ внешних и внутренних факторов и портфеля продукции (шаги проведения анализа портфеля продукции). Ключевые факторы выбора стратегии фирмы (сильные стороны отрасли и фирмы, цели фирмы, интересы и отношение высшего руководства, финансовые ресурсы, квалификация работников, обязательства фирмы, степень зависимости от внешней среды, временной фактор). Матрица Томпсона и Стриккланда. Матрица «продукт-рынок». Модель (матрица) «доля рынка-рост рынка». Стратегические единицы бизнеса (СЕБ). Модель «привлекательность рынка - преимущества в конкуренции». Выбор стратегии и её оценка. Разработка стратегических планов.

2.4. Выбор, реализация и контроль выполнения стратегий.

Выбор, реализация и контроль выполнения стратегий. Стадии выполнения стратегии (установление приоритетности и соответствия, выбор и приведение в соответствие, стратегические изменения). Перестройка организации. Радикальное и умеренное преобразование, обычные изменения. Основные области стратегических изменений.

Раздел 3. Роль и место маркетинга в стратегическом управлении. Стратегия использования человеческого потенциала.

3.1. Стратегия и ее взаимосвязь с организационной культурой и организационной структурой.

Организационная структура (элементарная, функциональная, дивизиональная, матричная, структура на базе стратегических единиц бизнеса). Организационная культура, её составляющие. Первичные и вторичные факторы, определяющие формирование организационной культуры (концепция Шейна). Стратегические изменения в организации, матрица «изменения – сопротивления», стили руководства при разрешении конфликтов. Мобилизация потенциала организации для осуществления стратегии. Организация контроля.

3.2. Концепция продукта в стратегическом менеджменте. Стратегия продукта на отдельных фазах его жизненного цикла.

Концепция продукта в стратегическом менеджменте. Понятие продукта. Основные составляющие продукта. Динамика продукта. Жизненный цикл продукта. Стратегия продукта на отдельных фазах его жизненного цикла.

3.3. Стратегический анализ портфеля продукции. Управление активами

Стратегия создания нового продукта. Стратегия продукта. Стратегия конкуренции. Стратегический анализ портфеля продукции. Модель ДюПон (DuPont Model). Доходность и эффективность управления активами. Коэффициент доходности активов. Инструменты увеличения рентабельности продаж и увеличения объема продаж компании (оборота). Методы достижения оптимального соотношения рентабельности и темпов увеличения оборота. Модель определения доходности собственного капитала: порядок расчета доходности активов, финансового рычага, рентабельности и оборачиваемости активов, интегрированного значения ROE.

3.4. Стратегия использования человеческого потенциала.

Построение взаимодействия человека и организации. Ролевой подход к установлению взаимодействия. Вхождение человека в организацию. Обучение при вхождении. Влияние организации на процесс вхождения. Развитие чувства ответственности, усвоение норм и ценностей организации. Элементы личностных основ поведения человека в организационном окружении

(восприятие, критериальная база, индивидуальность). Индивид и группа. Адаптация и изменение поведения человека в организации. Сознательное научение поведению и модификация поведения человека в организации.

4.Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2
Курсовая работа		35,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа:	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,15
Курсовая работа		26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		33
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Б1.В.18)

1. Цель дисциплины – овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих совершенствование психофизических способностей; развитие способностей использовать разнообразные формы физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких в повседневной жизни и профессиональной деятельности; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, физическому совершенствованию и самовоспитанию, установка на здоровый образ жизни; обучение техническим и тактическим приемам одного из видов спорта.

2 В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7).

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и спорта;
- социально-биологические основы физической культуры и спорта;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности;
- спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Уметь:

- выполнять индивидуально подобранные комплексы по физической культуре и различным видам спорта;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;
- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой и спортом;
- выполнять приемы защиты и самообороны, страховки и самостраховки.

Владеть:

- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования;
- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для качественного усвоения профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения;
- техническими и тактическими навыками в одном из видов спорта.

3 Краткое содержание дисциплины.

Курс дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» реализуется через вариативный компонент (элективный модуль) 328 акад. часов / 246 астр. часов (вид спорта по выбору студента), в зачетные единицы не переводится, является обязательным для исполнения при очной форме обучения.

Программа рассчитана на изучение дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» в течение шести семестров и предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую подготовку в области дисциплины «Физическая культура и спорт», заканчивается зачетом в конце каждого семестра. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Практические занятия.

Практический раздел программы реализуется на учебно-тренировочных занятиях в учебных группах по общей физической подготовке или по выбранному виду спорта.

Практические занятия помогают приобрести опыт творческой практической деятельности, развивают самостоятельность в физической культуре и спорте в целях достижения физического совершенства, повышают уровень функциональных и двигательных способностей, направленно формируют качества и свойства личности.

Практический раздел включает в себя подразделы: по общей физической подготовке (ОФП) и специальной физической подготовке по видам спорта (СФП).

Учебно-тренировочные занятия базируются на широком использовании теоретических знаний и методических умений, на применении разнообразных средств физической культуры и спорта.

Уделяется внимание вопросам проведения соревнований (правила соревнований, система розыгрышей, определение победителей, оборудование и инвентарь).

Критерием успешности освоения учебного материала является экспертная оценка преподавателя, учитывающая регулярность посещения обязательных учебных занятий, выполнение установленных на данный семестр контрольных нормативов (тестов) общей физической и спортивно-технической подготовки для отдельных групп различной спортивной направленности.

Раздел 1. Основы построения оздоровительной тренировки. Теоретическо-методические основы физической культуры и спорта.

1. Оздоровительная направленность – как важнейший принцип системы физического воспитания. Основы построения оздоровительной тренировки.
2. Физкультурно-оздоровительные методики и системы.
3. Оценка состояния здоровья и физической подготовленности занимающихся физической культурой и спортом.

Раздел 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО.

1. Появление и внедрение комплекса ГТО
2. Воспитание физических качеств обучающихся (отдельные качественные стороны двигательных возможностей человека).

Раздел 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий.

1. Характеристика спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий.
2. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Организация спортивных мероприятий. Инвент-менеджмент в спорте.
3. Основные понятия этики спорта. Fair Play. Профилактика нарушений спортивной этики (борьба с допингом в спорте). ВАДА.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	-	328
Аудиторные занятия:	-	192
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	192
Самостоятельная работа (СР):	-	136
Контактная самостоятельная работа		-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		136
Виды контроля:	Зачеты	

В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	56
Аудиторные занятия:	-	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	32
Самостоятельная работа (СР):	-	24
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		24
Вид контроля:	Зачет	
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	92
Аудиторные занятия:	-	64
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	64
Самостоятельная работа (СР):	-	28
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		28
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	
3 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	90
Аудиторные занятия:	-	64
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	64
Самостоятельная работа (СР):	-	26
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		26
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	90
Аудиторные занятия:	-	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	32
Самостоятельная работа (СР):	-	58
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		58
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	-	246
Аудиторные занятия:	-	144
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	144
Самостоятельная работа (СР):	-	102
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		102
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	
В том числе по семестрам		
1 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	42
Аудиторные занятия:	-	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	24
Самостоятельная работа (СР):	-	18
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		18
Вид контроля: зачет/экзамен	-	Зачет
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	69
Аудиторные занятия:	-	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	48
Самостоятельная работа (СР):	-	21
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		21
Вид контроля: зачет/экзамен	-	Зачет
3 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	67,5
Аудиторные занятия:	-	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	48
Самостоятельная работа (СР):	-	19,5
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		19,5
Вид контроля: зачет/экзамен	-	Зачет
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	-	67,5
Аудиторные занятия:	-	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	24
Самостоятельная работа (СР):	-	43,5
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		43,5
Вид контроля: зачет/экзамен	-	Зачет

ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ (ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Интернет-маркетинг» (Б1.В. ДВ.01.01)

1. Цель дисциплины состоит в формировании у обучающихся теоретических основ и практических навыков использования интернет-технологий в маркетинговой деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение 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);
- способностью 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);

Знать:

- структуру российского рынка интернет-услуг;
- опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет;
- содержание и последовательность этапов разработки контекстной рекламы;
- содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы;
- специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента;
- этапы организации маркетинговых исследований в Интернете.

Уметь:

- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве;
- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет;
- разрабатывать стратегию e-mail маркетинга.

Владеть:

- современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях;
- навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;
- технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.

Структура российского рынка интернет-услуг. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний. Способы и формы осуществления торговой деятельности в Интернете. Виды и структура веб-сайтов. Организация интернет-маркетинга. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет. Ценовые стратегии интернет-маркетинга. Принципы формирования маркетинговой стратегии в Интернете. Стратегический план интернет-маркетинга. Этапы формирования маркетинговой стратегии в Интернете.

Тема 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.

Организация маркетинговых исследований. Преимущества маркетинговых исследований в Интернете. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов. Структура потребительской аудитории интернет-рекламы. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга.

Тема 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.

Традиционные способы продвижения продукции в Интернете. Поисковая оптимизация и продвижение сайта. Определение и характеристика понятия «поисковая оптимизация и продвижение сайта». Преимущества технологии поисковой оптимизации и продвижения сайта, представляются промежуточные и конечные цели этого процесса. Алгоритм процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: составление списка продающих запросов (семантического ядра); составление «скелета» (нулевой версии) семантического ядра; формирование семантического ядра; подготовка семантического ядра; частотный анализ поисковых запросов (работа с сервисом Яндекс.WordStat). Текстовая реклама. Поисковые системы. Этапы разработки контекстной рекламы. Каталоги и рубрикаторы. Медийная реклама. Баннерная реклама. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.

Тема 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.

О разнице между рассылкой и e-mail маркетингом. О пользе e-mail маркетинга. Топ ошибок в e-mail маркетинге. Элементы подписной страницы. Текст на подписной странице. Размещение ссылки на подписную страницу. Как сделать форму подписки максимально эффективной? Установка и тестирование формы подписки.

Общие правила e-mail маркетинга. Стратегия e-mail маркетинга (план на три месяца). Сбор материалов и подготовка. Планирование. Решение технических вопросов. Что и как предлагать за подписку (физические товары, электронные товары, услуги). Приветственное письмо. Тексты для e-mail рассылок. Тестирование: как увеличить отклик в несколько раз? Сервисы и платформы для проведения рассылок.

Тема 5. Регулярная информационная рассылка

Подготовка к запуску регулярной информационной рассылки. Анализ конкурентов. Подготовка концепции регулярной информационной рассылки. Ставка на полезную или эмоциональную информацию. Тематика рассылки. Состав выпуска. Название рассылки. Источники информации. Ведущий рассылки. Регулярность рассылки. Тонкости ведения регулярных рассылок. В какой день лучше отправлять рассылку? В какое время лучше отправлять рассылку? Как удерживать от отписки? Как правильно оформить процесс отписки? С какой частотой делать рассылку? Как избежать папку «Спам»? Как узнать, доходят ли мои письма? Событийные письма. Серия рекламных писем.

Работа с базой. Как привлечь массового подписчика. Как быстро собрать базу в несколько тысяч подписчиков? Критерии сегментации. Как получить информацию о подписчике? Работа со «спящими» подписчиками. Способы дополнительной монетизации базы.

Тема 6. Основы Social Media Marketing

Маркетинг в социальных сетях и новых медиа. Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями. Определение понятия «новые медиа» и рассматриваются возможности различных каналов маркетинговых коммуникации на их основе. Анализируется маркетинговый инструментарий основных социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники, Facebook. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и социальных сетях. Характеристика маркетинговых коммуникаций, осуществляемых в социальных сетях: построение сообществ бренда; работа с блогосферой; репутационный менеджмент; персональный брендинг; нестандартное SMM-продвижение.

Таргетированная реклама в социальных сетях. Что такое таргетированная реклама и зачем она нужна? Эффективный таргетинг. Ключевые элементы. Преимущества таргетированной рекламы перед другими рекламными механизмами. Особенности таргетированной рекламной кампании. Основы стратегического планирования в таргетированной рекламе. Формирование ответов на ключевые вопросы: что, кому, как и где продавать? Этапы разработки таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Тема 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга.

Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Интернет-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности Интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя; отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления /баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы.

Тема 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций

Почему YouTube – отличная площадка для развития? Важное предупреждение: без понимания этой вещи начинать нельзя! Блогинг – это слава и новые знакомства. Еще плюсы: рекламодатели, дорогие игрушки, путешествия и другая халява. Обратная сторона блогинга). Монетизация: сколько можно заработать на YouTube? Три главных способа монетизации блога. Что такое рекламные проекты? Возможности YouTube для вашего бизнеса. Партнерки и мультимедийные сети. Как побороть свои комплексы? Преодоление страха неоригинальности. Главные правила съемки видео. Как организовать съемочный процесс? Выбор тем для роликов. Как найти направление роликов? Пять жанров видеоблогинга. Фирменные стиль канала. Где искать идеи для контента. Что такое компиляции. Как подсмотреть, но не копировать? Обзор каналов с яркими стилями. Настоящий ты или придуманный образ?

4.Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,44	12
Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» (Б1.В.ДВ.01.02)

1. Цель дисциплины – получение обучающимися теоретических и практических знаний по вопросам продвижения в социальных сетях, эффективности и результативности рекламы в социальных медиа; маркетинговых исследований в Интернете, сбора и анализа информации о пользователях социальных сетей.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение 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);
- способностью 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).

Знать:

- классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете;
- содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях;
- специальную терминологию систем аналитики;
- ключевые SMM-инструменты;
- возможности баннерной рекламы в социальных сетях.

Уметь:

- анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях;
- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий;
- применять различные инструменты SMM.

Владеть:

- навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях;
- навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;
- навыками работы в социальных сетях.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.

Основные понятия, термины и определения. Цели и задачи дисциплины. Термины и обозначения LiveInternet, Яндекс.Метрика. Ключевые метрики в SMM. Типовые возможности статистических систем. Стандартные сведения и отчеты систем веб-аналитики. Продвижение в «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter».

Тема 2. Основы Social Media Marketing.

Маркетинг в социальных сетях и новых медиа. Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями. Определение понятия «новые медиа» и рассматриваются возможности различных каналов маркетинговых коммуникации на их основе. Анализируется маркетинговый инструментарий основных социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники, Facebook.

Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и социальных сетях. Характеристика маркетинговых коммуникаций, осуществляемых в социальных сетях: построение сообществ бренда; работа с блогосферой; репутационный менеджмент; персональный брендинг; нестандартное SMM-продвижение.

Таргетированная реклама в социальных сетях. Что такое таргетированная реклама и зачем она нужна? Эффективный таргетинг. Ключевые элементы. Преимущества таргетированной рекламы перед другими рекламными механизмами. Особенности таргетированной рекламной компании. Основы стратегического планирования в таргетированной рекламе. Формирование ответов на ключевые вопросы: что, кому, как и где продавать? Этапы разработки таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Тема 3. Работа с контентом для социальных сетей.

Как принимать задачи на креатив. Как понять свою аудиторию. Как создавать идеи. Раскладываем идею на контент. Текст: как складывать слова в предложения. Как писать не уныло и рекламно. Структура рекламного текста. Редактура текста. Работа с авторами. Различия в написании текстов в социальных сетях и в онлайн-СМИ. Как информация влияет на репутацию (примеры из практики). Основы создания рекламной графики для digital. Практические навыки работы в профессиональном программном обеспечении. Основы типографики, композиции и работы с цветом.

Тема 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга.

Принципы расчета ROI. Формулы расчета рентабельности. Сервисы для оценки эффективности. Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Интернет-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности Интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя; отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления /баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,44	16
Практические занятия	0,89	32
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,44	12

Практические занятия	0,89	24
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью» (Б1.В.ДВ.02.01)

1. Цель дисциплины – Основная цель изучения курса – усвоение студентами теоретических знаний о системе PR и формирование умений применять конкретные PR-технологии, направленные на продвижение позитивного имиджа фирмы в соответствии со сложившейся ситуацией в бизнесе с целью повышения эффективности и результативности коммерческой деятельности.

В соответствии с целью, структура дисциплины строится на изучении PR как инструмента влияния на общественное мнение, где особое внимание уделяется организации коммуникаций (организации делового общения, организации различных мероприятий для журналистов, направленных на достижение определенных целей в соответствии со сложившейся ситуацией в бизнесе, подготовке материалов для различных заинтересованных сторон, в том числе печатных СМИ), барьерам коммуникаций и изучению конкретных PR-технологий, которые относятся к числу методов воздействия на общественное мнение.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- 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) (ПК-12).

Знать:

- функции и сущность деятельности по связям с общественностью;
- историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- основные тенденции развития мирового PR;
- особенности развития связей с общественностью в современной России;
- методы и модели коммуникации в PR;
- основные коммуникативные события и их особенности;
- основные составляющие имиджа;
- способы управления новостной информацией;
- этические и правовые нормы и принципы построения и применения профессиональных стандартов;
- роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организации;
- основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития.

Уметь:

- применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в профессиональной деятельности;
- продвигать продукцию различными средствами PR;
- анализировать характеристики имиджа и репутации компании или персоны;
- использовать полученные знания для анализа реальных рыночных ситуаций и принятия оптимальных решений в сфере связей с общественностью;
- анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.

Владеть:

- информацией об организации различных PR-мероприятий;
- навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1.

Тема 1. Введение в предмет «Связи с общественностью» (public relations; PR).

Терминология и определение предмета. Роль PR в современном обществе. Основные направления деятельности в области PR. Современные тенденции PR-рынка в России. PR и смежные дисциплины: маркетинг, реклама, журналистика. Возникновение и развитие PR.

Тема 2. Аудитория в PR.

Определение целевых групп общественности. Подходы к сегментации аудитории в PR. Общественность, общественное мнение и работа с ним.

Тема 3. Планирование и организация PR-кампаний.

Коммуникативные основы PR. Коммуникативная модель в PR. PR-кампания и ее составляющие: определение проблемы, планирование и составление программы, действия и коммуникации, оценка программы. Особенности оценки результативности и эффективности в PR. Этапы и уровни оценки PR-программ. Оценка подготовки, реализации и воздействия. Критерии оценки. Принципы успешной деятельности в PR.

Тема 4. Инструментарий PR.

Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и конструирование новостей. Организация и проведение коммуникативных событий. PR в сети Интернет.

Тема 5. Антикризисный PR.

Понятие и классификация кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Правила поведения в кризисных ситуациях. Работа со слухами.

Тема 6. PR как профессия.

Позиция PR-подразделения в структуре организации. Выбор между штатным персоналом и услугами консультационной фирмы. Образование PR-мена. Этика в PR. Кодексы профессионального поведения в области PR. Проблема социальной ответственности.

Раздел 2.

Тема 7. Работа с имиджем в PR.

Понятие и структура имиджа организации. Этапы формирования имиджа компании. Особенности работы с имиджем в PR.

Тема 8. Корпоративная социальная ответственность и открытая отчетность.

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Мотивы КСО. Мотивы распространения, общие принципы и стандарты открытой отчетности. Подготовка открытых отчетов, их структура. Выбор показателей результативности.

Организация диалога с общественностью по экологическим вопросам. Связь восприятия экологического риска с законами социальной психологии. Работа с экологической информацией.

Тема 9. Внутриорганизационный PR. Фирменный стиль компании.

Понятие внутриорганизационного PR, связь с корпоративной культурой, разработка фирменных стандартов.

Тема 10. Брендинг и PR.

Основные понятия бренда и брендинга. Роль PR в создании, продвижении, управлении брендом. Примеры кампаний по ребрендингу.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108

Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративный имидж» (Б1.В.ДВ.02.02)

1. Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний и приобретение компетенций в области управления корпоративным имиджем. В соответствии с целью, структура дисциплины строится на выделении различных составляющих имиджа компании, оценке восприятия и их роли в формировании имиджа в глазах различных заинтересованных сторон (ЗС) и организации коммуникаций, в том числе информирования ЗС о наиболее значимых.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- 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) (ПК-12).

Знать:

- понятие и основные составляющие имиджа компании;
- правила и основные этапы управления имиджем;
- основные тенденции в области работы с имиджем различных компаний;
- роль основных коммуникативных событий в создании и поддержании имиджа;
- роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа организации.

Уметь:

- оперировать современным инструментарием в конструировании имиджа;
- производить диагностику текущего имиджа;
- составлять программу коррекции и конструирования имиджа;
- использовать современные информационно-коммуникативные технологии по продвижению личностного и корпоративного имиджа;
- использовать полученные знания для анализа реальных рыночных ситуаций и принятия оптимальных решений в сфере корпоративного имиджа;

- анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования;
- анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации.

Владеть:

- информацией об организации различных мероприятий, направленных на создание и поддержание позитивного имиджа компании;
- навыками выбора критериев, определяющих эффективность и результативность работы с имиджем компании;
- навыками построения личностного и корпоративного имиджа;
- навыками исследования имиджа и репутации, а также оценки имиджевых программ;
- навыками новостного и смыслового позиционирования имиджа в социальных и традиционных медиа.

3. Краткое содержание дисциплины

Раздел 1.

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.

Современное значение термина «имидж». Дисциплины, лежащие в основе имиджологии. Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа.

Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджология как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Имиджмейкинг как научно-практическая ветвь имиджологии. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации. Мотивы формирования корпоративного имиджа. Имидж в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций фирмы.

Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа.

Исследования корпоративного имиджа: Роль и место клиента в имиджмейкинге. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования.

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации.

Факторы, влияющие на корпоративную репутацию. Понятие корпоративной философии. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.

Исследование связи корпоративной философии и успешности работы организации. Формы декларирования корпоративной философии. Миссия и ценности организации. Принципы деятельности организации. Цели и стратегия организации.

Тема 4. Роль корпоративной социальной ответственности в создании имиджа.

Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные составляющие. Анализ практики ведущих компаний. Поддержка со стороны государства.

Раздел 2. Технологии работы с имиджем.

Тема 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы.

Функции внешнего имиджирования. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие со средствами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность.

Тема 6. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы.

Целенаправленное управление внутренними коммуникациями в целях имиджирования.

Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков.

Работа с персоналом, направленная на поддержание имиджа организации.

Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Денежные и неденежные формы поощрения.

Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

Тема 7. Сохранение и защита позитивного имиджа организации.

Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа.

Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа

Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR.

Тема 8. Роль психотехнологий в восприятии информации. Психологические приемы манипулирования психическим сознанием человека и масс.

Внушение как гипнотическое воздействие. Различные типы высшей нервной деятельности человека и их роль во внушении. Роль бессознательного. Психофизиологические состояния и внешние обстоятельства, повышающие внушаемость. Психотехнологии. Нейролингвистическое программирование (НЛП). Техника информационного воздействия (психопрограммирования). Роль психотипа при коммуникативных контактах. Основные правила при налаживании контакта с объектом. Иерархия мотивов. Основные закономерности функционирования сознания. Техника информационного воздействия на человека. Способы манипулирования психическим сознанием человека. Способы воздействия на аудиторию СМИ с помощью манипуляций. Характерные признаки, свойственные массовому поведению.

Тема 9. Работа с имиджем человека: ведущие типы и элементы.

Имидж человека: ведущие типы и элементы. Системообразующие личного имиджа. Личностные предпосылки создания имиджа. Проблемы имиджа. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.

Понятия персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикация, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии.

Особенности невербальной коммуникации. Составляющие кинетического имиджа. Основы физиогномики. Мимика. Характеристики взгляда. Основные правила зрительного контакта. Язык жестов. Жесты-символы. Типы кинетики головы. Язык телодвижений. Позы. Их разновидности.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2

Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социальный маркетинг» (Б1.В.ДВ.03.01)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы глубоких знаний, аналитических и практических навыков по разработке концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в некоммерческой сфере.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

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 (ОПК-3);

владением 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).

Знать:

- основные понятия социального маркетинга;
- принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- состав и содержание комплекса социального маркетинга.

Уметь:

- применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов;
- анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций;
- использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом.

Владеть:

- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач;
- методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере;
- приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Социальный маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга.

Виды и типы современного маркетинга. Концепции маркетинга, соотношение интересов общества и потребителей. Предпосылки и история возникновения социального маркетинга. Современное состояние дискуссии о социальном маркетинге. Маркетинг социально-значимой проблемы (CRM). Цели, задачи и роль социального маркетинга как современного вида маркетинга. Особенности социального маркетинга, его основные отличия от коммерческого маркетинга.

Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой.

Понятие «социальная сфера». Субъекты и объекты, отношения и проблемы, уровень общественного сознания. Нужды и потребности, польза и мотивация. Внешняя и внутренняя среда социального маркетинга. Потребители. Конкуренты. Понятие «социальный продукт и услуга». Особенности рыночной деятельности в некоммерческой сфере. Социальные организации и деловое партнерство с бизнесом. Особенности маркетингового управления некоммерческими субъектами. Управление социальным маркетингом на функциональном уровне. Управление социальным маркетингом на инструментальном уровне (методы переговоров и партнерства, структура докладов, методы групповой работы, транзакции и НЛП). Типовые организационные структуры службы маркетинга в социальной сфере. Планирование социального маркетинга. Стратегии социального маркетинга.

Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере.

Понятие маркетинговых исследований в некоммерческом секторе и их сущность. Типы маркетинговых исследований: вторичные и первичные, качественные и количественные. Характеристика интервью «один-на-один», фокус-групп.

Информационные системы социального маркетинга. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований социальной сферы. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Методы изучения потребителей и конкурентов в социальном маркетинге.

Инструментарий проведения маркетинговых исследований в некоммерческих организациях. Составление анкет, опросных листов. Логика и виды вопросов в процессе проведения анкетирования. Рейтинговые шкалы.

Методы анализа. Анализ внешнего окружения. Социальные, экономические, политические, правовые и демографические факторы, влияющие на деятельность компаний.

Прогнозирование индивидуального и массового спроса (экстраполяция, экспертные оценки, математическое моделирование, механистическое прогнозирование). Отчет о проведении исследований. Взаимодействие со специализированными центрами социальных и маркетинговых исследований.

Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге.

Правила сегментирования рынка в социальном маркетинге. Этапы сегментации. Определение признаков и критериев сегментации. Сегментация по параметрам продукта. Сбытовая сегментация. Сбытовой сегмент рынка и критерии его выделения. Дифференцирование социально-значимых товаров и услуг. Методика конкурентного дифференцирования продуктов, услуг, персонала, каналов распределения. Методика и стратегия позиционирования. Факторы, влияющие на позиционирование.

Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга.

Элементы комплекса маркетинга. Понятие социального продукта. Особенности социального продукта. Виды социальных продуктов. Жизненный цикл социального продукта и особенности маркетинга на разных стадиях жизненного цикла.

Установление цен на социально-значимые продукты. Понятие «социальная цена». Факторы, влияющие на формирование цены на социальный продукт. Этапы процесса установления цены. Стратегии формирования цен на социальный продукт.

Стратегии распределения и предоставления социальных продуктов. Система каналов распределения в социальном маркетинге.

Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге.

Социальные маркетинговые коммуникации и особенности их использования. Процесс передачи и распространения информации. Разработка информационного сообщения.

Социальная реклама и ее роль в реализации социальных программ.

Связи с общественностью. Основные принципы организации работы с общественностью. Приемы общения с прессой. Изменение общественного мнения под влиянием публичной социальной кампании.

Спонсорство и благотворительность. Особенности мотивации потенциальных благотворителей. Социально-демографический портрет потенциального благотворителя. Мотивация представителей бизнеса к осуществлению благотворительной и спонсорской деятельности.

Стимулирование продаж. Выбор средства стимулирования продаж. Разработка программы стимулирования продаж.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг персонала» (Б1.В.ДВ.03.02)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся целостного представления о теории и практике регулирования рынка труда как концепции современного развития управления человеческими ресурсами, ее роли в решении стратегических и тактических задач различных сфер экономики в целом, основываясь преимущественно на государственную политику регулирования рынка труда, управления персоналом с учетом зарубежного опыта.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- 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 (ОПК-3);
- владением 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).

Знать:

- основные нормативные документы в сфере управления персоналом;
- мероприятия социально-экономические проблемы и процессы в организации;
- мероприятия по управлению персоналом в области управления организацией в целом.

Уметь:

- решать проблемы, связанные с рациональным и эффективным методами оценки персонала, с учетом факторов риска;
- реализовывать кадровую политику организации;
- реализовывать управленческие процессы при постановке инновационных задач в современных условиях.

Владеть:

- навыками проведения кадровой политики с использованием инноваций кадрового управления, обеспечивающих их реализацию;
- практическими навыками управления интеллектуальной собственностью;
- современной концепцией маркетинга персонала в непосредственной взаимосвязи с вопросами управления персоналом.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Маркетинг персонала» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.

Маркетинг персонала: подходы к определению. Современные тренды и тенденции. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом. Потенциал маркетинговых технологий для HR, маркетинговые инструменты для работы с целевыми аудиториями исследований, знание запросов/потребителей компании, понимание какими компетенциями должен обладать персонал, обслуживающий клиента, знание конкурентного рынка и 10 тактических/стратегических действий конкурентов и преобразование информации для HR. Основные составляющие маркетинга персонала.

Тема 2. Технология маркетинга персонала.

Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/или отрасли, где действует данная организация.

Тема 3. Инструменты маркетинга персонала.

Связи с общественностью в управлении персоналом. Организация общественного мнения: сущность, назначение, используемые средства (установление и поддержание связей с прессой, пропаганда услуг (товара), общефирменная коммуникация, лоббизм, консультирование). Роль и место связи с общественностью в управлении персоналом. Оценка результатов пропагандистской деятельности.

Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала. Сущность и характерные черты корпоративной культуры организации. Значение корпоративной культуры в организации, ее влияние на эффективность деятельности организации в целом. Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала.

Тема 4. Разработка качественных требований к персоналу.

Определение количественной и качественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале; деловая оценка персонала; анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям. Изучение рынка труда. Направления изучения рынка труда в маркетинге персонала. Спрос на рабочие места. Характеристики наличной рабочей силы. Особенности социальных потребностей работников. Характеристика потенциальных трудовых ресурсов (города, региона). Активный поиск: технологии переманивания («партизанский» маркетинг). Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий.

Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

Внутренние и внешние корпоративные коммуникации, которые предпочитают работники. Коммуникационная функция маркетинга персонала. Объекты коммуникационной функции: сотрудники организации, которые выступают в качестве участников внутреннего конкурса на вакансии и являются носителями имиджа компании на рынке труда. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов.

Тема 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.

Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда. Потребности и

ожидания работников. Предложения других работодателей. Позиционирование конкурентов. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Event-менеджмент. Формирование привлекательного «рабочего места».

Тема 7. Маркетинговые исследования рынка труда.

Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп. Имидж организации как работодателя. Основные направления маркетинговых исследований: исследования рынка, потребителей, конкурентов, товаров, цены, системы продвижения товара. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации. Маркетинговые исследования рынка труда.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Промышленный маркетинг» (Б1.В.ДВ.04.01)

1. Цель дисциплины – формирование системы знаний о специфике осуществления маркетинговой деятельности на промышленном рынке

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью 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);
- 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) (ПК-12);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

Знать:

- основные понятия и инструменты промышленного маркетинга;
- его отличительные особенности от маркетинга на B2C -рынке;
- типологию продукции производственно-технического назначения;
- факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке;
- особенности применения комплекса маркетинга на промышленных предприятиях.

Уметь:

- анализировать ситуации закупки на промышленном рынке;
- планировать мероприятия на B2B-рынке;
- анализировать особенности поведения участников B2B-рынка;
- оценивать и анализировать товарную политику компании, действующую на B2B-рынке;
- оценить уровень информационного обеспечения промышленного предприятия.

Владеть:

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке;
- разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;
- механизмом оценки внешней и внутренней среды промышленного предприятия.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Промышленный маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Промышленный маркетинг.

Подходы к разделению маркетинга на промышленный и потребительский. Предмет и объект промышленного маркетинга. Дифференциация промышленного маркетинга. Основа эффективного промышленного маркетинга. Принципы и особенности промышленного маркетинга.

Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков.

Участники промышленных рынков и их характеристики. Характеристика спроса на промышленном рынке. Установление и развитие отношений на промышленных рынках, дистанции между партнерами. Система факторов внешней среды на промышленном рынке: экономические, технологические, общественно-политические. Система факторов микросреды: партнеры, конкуренты, потребители, контактные аудитории. Формы кооперации на промышленных рынках. Конкуренция на промышленных рынках. Маркетинг отношений на промышленном рынке. Факторы внутренней среды промышленного предприятия: ресурсный потенциал, организационная культура предприятия, стратегия введения инноваций. Комплекс маркетинга промышленного предприятия.

Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке.

Последовательность деятельности в подборе персонала на промышленном рынке. Рейтинг личностных факторов. Специализация маркетинговой службы. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке.

Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке.

Информационная деятельность в промышленном маркетинге. Методы и приемы сбора данных, виды информации. Понятие и структура маркетинговой информационной системы (МИС). Основное назначение МИС. Обзор МИС на российском рынке. Использование сети Интернет при проведении исследований. CRM – системы на промышленных предприятиях. Потребительские базы данных. Обоснование необходимости исследований промышленных рынков. Этапы маркетингового исследования в промышленной среде. Особенности планирования выборки. Специфика опроса в промышленной среде. Основные направления исследований промышленных рынков.

Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии.

Товарная политика и товарный ассортимент. Факторы, определяющие ассортимент продукции. Этапы планирования товарного ассортимента: оценка текущего состояния ассортимента и возможностей компании, организация товарного планирования и создание новых товаров,

прекращение производства устаревших / неудачных товаров. Особенности брендинга на промышленном рынке, элементы лояльности к промышленной торговой марке. Особенности ценообразования. Основные аспекты ценообразования: процесс ценообразования, методы установления базовой цены. Виды и структура цен при оптовых поставках, виды цен по способу фиксации. Публикуемые и расчетные цены. Контрактные и модифицированные цены. Скидки и надбавки в промышленном сбыте. Способы организации сбытовой сети. Основные типы посредников в промышленном сбыте. Особенности сбыта сырьевых товаров, товарные биржи и их роль. Планирование каналов сбыта ППТН, факторы, влияющие на выбор канала. Организация канала: подходы к привлечению посредников, критерии отбора посредников. Управление деятельностью каналов сбыта. Особенности личной продажи в промышленной среде. Особенности коммуникации в промышленной среде. Реклама товаров промышленного назначения: специфика, цели, содержание и ориентация текстов. Основные средства промышленной коммуникации: средства прямого и косвенного воздействия, дополнительные средства коммуникации.

Пресс-конференция: сущность, задачи и этапы ее организации. Основные правила проведения пресс-конференций. Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции.

Характеристика и основные этапы организации событийного маркетинга. Этапы событийного маркетинга. Отличие событийного маркетинга на рынках B2B и B2C.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговый аудит» (Б1.В.ДВ.04.02)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся целостного представления о механизме полной, постоянной, независимой проверки маркетинговой среды, целей, планов, стратегий и отдельных форм маркетинговой деятельности организации или ее структурных подразделений.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью 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);
- 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) (ПК-12);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

Знать:

- принципы формирования стратегических целей компании;
- методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга;
- принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита;
- особенности и методы анализа маркетинговой информации.

Уметь:

- ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов;
- анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа;
- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Владеть:

- навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов;
- принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач;
- методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Маркетинговый аудит» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.

Классификация маркетинговой информации. Анализ и его классификация, понятие маркетингового анализа. План маркетинга, его компоненты. Маркетинговый аудит: понятие, цели и задачи. Внешний и внутренний маркетинговый аудит.

Тема 2. Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.

Понятие внешнего маркетингового аудита и его роль в деятельности компаний в современных условиях.

Анализ макросреды: социально-демографические, экономические, экологические, научно-технические (технологические), политические, юридические и культурные факторы, представляющие наибольшую угрозу или открывающие наилучшие возможности для компании.

Тема 3. Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.

Анализ мезосреды компании: анализ потребителей, конкурентов, каналов дистрибуции. Модель покупательского поведения, сегментирование потребителей, признаки сегментирования. Модель 5-и конкурентных сил М.Портера. Матрица конкурентного профиля.

Тема 4. Внутренний маркетинговый аудит.

Оценка микросреды компании. Операционные результаты деятельности компании, ее текущие маркетинговые цели, стратегии. Матричный анализ бизнес-портфеля компании: матрицы BCG, GE-McKinsey, матрица «доля в выручке – доля в росте выручки». Оценка эффективности комплекса маркетинга.

Тема 5. Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.

Выявление сильных, нейтральных и слабых сторон компании (SNW-анализ). Анализ связи внутренних и внешних факторов, воздействующих на компанию (SWOT-анализ), выявление потенциала сильных и слабых сторон, степени реализации возможностей и угроз. Разработка сценариев развития компании.

Тема 6. Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.

Корректировка маркетинговых целей компании. Разработка маркетинговой стратегии. Формирование решения по комплексу маркетинга: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,67	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	1,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в отраслях» (Б.1.В.ДВ.05.01)

1. Цель дисциплины – вооружить обучаемых знаниями об особенностях маркетинговой деятельности организации отраслевой промышленности и сфер деятельности в условиях рынка, сконцентрировать их внимание на стержневых проблемах дисциплины, сформировать навыки проведения отраслевых маркетинговых исследований, способствовать развитию культуры управленческого мышления в проблемных ситуациях. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области углубления знаний особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

Знать:

- специальную терминологию (тезаурус) учебной дисциплины;
- особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- особенности отношений между продавцами (производителями) и потребителями продукции в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- способы мотивации покупателя в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы формирования товарной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы ценообразования в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы формирования коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Владеть:

- инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.
- способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения.

Предметы и средства труда. Средства производства. Рынок продукции производственно-технического назначения.

Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.

Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации. Приоритеты производства продукции производственно-технического назначения. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства.

Маркетинг торгово-технологического оборудования. Классификация торговых операций на рынке торгово-технологического оборудования.

Особенности биржевой торговли продукцией производственно-технического назначения продукции производственно-технического назначения.

Лизинг: сущность, преимущества, виды, проблемы и перспективы развития в РФ. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций на рынке продукции производственно-технического назначения.

Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе.

Агропромышленный комплекс Российской Федерации: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера. Структура агробизнеса в Российской Федерации.

Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве. Переплетение производственно - экономических процессов с природно-биологическими процессами.

Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект. Особенности рынков, функционирующих в сфере ресурсов агробизнеса.

Особенности маркетинга в отраслях: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических средств защиты растений, удобрений, кормопроизводство.

Организация маркетинга в сфере ресурсов агробизнеса. Типы рынков внутри маркетинговой сферы: рынок сырьевых продовольственных товаров; рынок продовольственных товаров высокой степени переработки; рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки; рынок продовольственного сервиса.

Особенности спроса на рынках сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. "Ножницы цен".

Механизм функционирования рынка сельскохозяйственной продукции. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация.

Адаптация маркетинговых инструментов к особенностям функционирования рынков в агробизнесе.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг.

Понятие услуг, их отличия от товаров. Характеристики услуг: неосвязаемость; неотделимость,

неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость.

Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России.

Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг. Классификация услуг (Ловелок): на кого (на что) направлены услуги и осязаемы ли они.

Основные классы услуг: Осязаемые действия, направленные на тело человека. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.

Сегментирование рынка услуг по сегментам потребителей, трудоемкости, по степени контакта с потребителем и др. Подходы к сегментации услуг и основы позиционирования услуг на рынке.

Этапы развития сферы бытовых услуг в России. Условия, способствующие развитию сферы услуг в России. Доля бытовых услуг в потребительском бюджете различных стран.

Основные функции маркетинга услуг: изучение спроса на рынке услуг и его отдельных сегментах; изучение клиентов; изучение конкурентов; реклама; расширение сферы услуг, сервиса; разработка системы планирования в сфере услуг; определение эффективной ценовой политики; создание системы информационного обеспечения; разработка плана маркетинга и др.

Тема 4. Особенности маркетинга в сфере образования.

Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.

Коммерциализация в российском образовании. Антимаркетинговые стереотипы в сфере образования.

Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Макро- и микросреда субъектов рынка образовательных услуг и продуктов, и их влияние на конъюнктуру российского рынка образования.

Сегментация рынка ОУП: сущность, цели, виды, этапы. Сегментация и определение емкости рынка образовательных услуг и продуктов.

Позиционирование образовательных услуг и продуктов института: сущность, основания, проблемы.

Анализ ассортимента услуг института. Маркетинг сопутствующих услуг и продуктов в образовании. Особенности жизненного цикла образовательных услуг и их учет в стратегии маркетинга. Сервисное сопровождение образовательных услуг. Оценка конкурентоспособности и позиционирования услуг института.

Ценообразование на рынке образовательных услуг и продуктов: сущность, стереотипы, основные подходы, традиции.

Коммуникации и продвижение образовательных услуг и продуктов на российском рынке образования: сущность, структура, направления, виды, проблемы финансирования и эффективности.

Маркетинговые стратегии института: сущность, содержание, формирование вариантов, механизмы оценки и отбора оптимальной стратегии. Формирование и оптимизация маркетинговой стратегии института.

Тема 5. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.

Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание.

Четыре сферы окружающей среды: экономическая, социально-культурная, политико-правовая и природная.

Международные маркетинговые исследования: сущность, цели, направления, объекты, этапы. Источники информации: периодическая печать; информация, публикуемая самими фирмами; информация, представляемая специализированными организациями; справочники по фирмам.

Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке. Алгоритм оценки уровня конкурентоспособности товара.

Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок. Способы организации международной деятельности: экспорт, совместное предприятие и прямое владение. Характеристики форм организации международной деятельности.

Маркетинговые стратегии рыночной деятельности фирмы: стратегия завоевания или

расширения доли рынка; стратегия инновации; стратегия дифференциации продукции; стратегия выживания; стратегия снижения издержек производства; индивидуализации потребителя.

Формы товарных стратегий: простого расширения; адаптации продукции; "обратного изобретения"; новых изобретений.

Международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке. Ценовые и коммуникационные стратегии фирмы на мировых рынках.

Тема 6. Особенности маркетинга в туристском бизнесе.

Международный туризм: история развития и современное состояние.

Виды туризма: этнический; культурный; исторический; экологический; рекреационный; деловой. Маркетинговое исследование рынка туристских услуг: цели, направления, методы, этапы. Методы сегментации рынка туристских услуг:

Туристский продукт: сущность, структура, особенности. Особенности планирования, разработки, позиционирования, продвижения и распределения туристского продукта на рынке. Факторы, определяющие привлекательность туристского региона.

Особенности маркетинга в туристском бизнесе. Определение рынка. Сегментация и позиционирование.

Основания позиционирования туристского продукта. Объективное и субъективное позиционирование. Стратегии позиционирования: дифференциации продукта, нахождения своей ниши на рынке, малых издержек и др. Основные стратегии репозиционирования туристского продукта.

Маркетинговые коммуникации в туристской деятельности: сущность, структура, средства, особенности и проблемы. Факторы, влияющие на выбор средств коммуникации.

Бюджет продвижения туристских услуг: сущность, цели, методы. Продвижение туристского продукта на рынке. Основные методы продвижения: организация выставок и презентация. Паблик рилейшнз и паблисити. Персональные продажи.

Тема 7. Особенности маркетинга в страховой деятельности.

Общие сведения о страховании. Федеральный закон РФ «О страховании». Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.

Основные принципы маркетинга в страховании: всестороннее изучение рынка сбыта страховых полисов; целенаправленное воздействие на рынок страхователей в целях формирования платежеспособного спроса на страховые услуги; приспособление текущей деятельности страховой компании к требованиям страхового рынка.

Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи). Задачи маркетинга в сфере страхования.

Маркетинговая система страховой компании: сущность и основные элементы.

Организационные структуры службы маркетинга страховой компании. Задачи службы маркетинга страховой компании.

Задачи стратегического и тактического планирования страховой компании. Маркетинговый контроль - анализ, синтез, планирование, наблюдение и исполнение, контроль выполнения плана.

Программа маркетинга страховой компании: анализ возможностей страховой компании; определение целей развития: разработка стратегии поведения на страховом рынке; разработка тактических приемов работы на страховом рынке; осуществление контроля программы маркетинга.

Стратегии маркетинга: сохранение существующего положения; медленный рост, быстрый рост, открытие новых филиалов на местах, приобретение других страховых компаний, освоение нового рынка, превращение в финансовый конгломерат и др.

Тема 8. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов.

Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП). Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов.

Понятие о рынке ТНП и его структуре. Рынок ТНП: потенциальный рынок, доступный, обслуживаемый, занятый, организованный, неорганизованный.

Этапы процесса позиционирования ТНП. Товарная дифференциация ТНП. Позиции, по которым ТНП выгодно отличается от аналогичных товаров.

Принципы и методы маркетинга на рынке ТНП. Специфика маркетинга на рынке ТНП.

Разработка товара и формирование товарного ассортимента. Жизненный цикл ТНП на рынке. Товарный знак и фирменный стиль предприятия. Формирование, планирование и анализ товарного ассортимента.

Факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке ТНП: культурные, социальные, личностные, психологические. Стиль жизни покупателей ТНП.

Этапы процесса принятия решения: осознание необходимости сделать покупку, поиск необходимой информации о ТНП, оценка предлагаемых вариантов, решение купить ТНП, поведение после покупки.

Тема 9. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе.

Отличия маркетинга в гостиничном хозяйстве от маркетинга товаров: состав продукта; участие потребителя; контроль качества; невозможность накопления и хранения впрок; каналы распределения.

Организация управления маркетингом в гостиничной сфере: сегментирование рынка, комплексное обслуживание клиентов и стимулирование сбыта.

Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Факторы, повышающие риск неопределенности в деятельности гостиниц.

Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг. Планирование бюджета. Размер дохода отеля от комнат на бюджетный год.

Особенности маркетингового планирования в гостиничном хозяйстве. Оценка собственного положения на рынке. Маркетинговый контроль.

Маркетинг - микс гостиничного сервиса. Составляющие элементы маркетинга - микс гостиничного сервиса.

Факторы макро – и микроокружения. Взаимодействие элементов маркетинга - микс в гостиничном бизнесе. Гостиничная реклама.

Методы привлечения потенциальных гостей: реклама и прямые продажи. Сегментация рынка — это основа эффективной рекламы. Основные каналы рекламной информации в гостиничном бизнесе.

Тема 10. Особенности маркетинга в политической сфере.

Понятия «политический маркетинг» и «политическая реклама».

Маркетинговый подход в политической сфере: исследование политического рынка; политико-инженерная деятельность; управление политическим маркетингом.

Подготовка и проведение избирательной кампании: основные этапы.

Корректировка политической и экономической платформы общественно-политического движения (ОПД) или кандидата, с учетом выявленных особенностей поведения электората.

Планирование мероприятий по продвижению позитивного образа ОПД (кандидата) рекламными средствами.

Разработка программы продвижения позитивного образа ОПД (кандидата). Реализация стратегии позиционирования ОПД (кандидата). Организация и проведение контрпропагандистской кампании. Формирование имиджа политических деятелей.

Предвыборные исследования и существующие грязные выборные технологии.

Предпосылки возникновения политического лидерства. Типы лидеров: попечитель, любитель церемоний, реализатор программ, исполнитель, индивидуалист.

Особенности лидерства, в зависимости от функционально- ролевых подходов к нему: лидер – вождь; лидер – коммивояжер; лидер – марионетка; лидер – пожарный. Черты, присущие подлинному лидеру.

Деятельность PR-агентств. Новый взгляд на исследование политического рейтинга. Выявление устойчивых компонент имиджа, повышающих рейтинг лидера и его стабильность - задача в политическом маркетинге.

Тема 11. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле.

Классификация оптовой торговли по: широте ассортимента; способу доставки; степени кооперации; отношению к системе сбыта; размеру оборота; форме оптовой торговли.

Виды оптовой торговли со склада. Задачи маркетинга оптовой торговли. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка сбыта. Маркетинг закупок. Маркетинг-

логистика. Маркетинговые решения сбыта. Организация мерчендайзинга. Разработка маркетинговых стратегий. Маркетинг-аудит системы сбыта.

Решения оптовой компании в области коммуникаций. Тенденции современного развития оптово-посреднической деятельности: стремление к диверсификации, углублению ассортимента.

Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия. Основные критерии выбора магазинов потребителем: приемлемые цены, широта ассортимента товаров, высокое качество товаров, хорошее обслуживание, удобное размещение. Влияние различных факторов на выбор потребителем торгового предприятия.

Разработка стратегии позиционирования торгового предприятия. Собственная концепция торговли.

Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи, условия осуществления.

Сегментация рынка и выбор целевых рыночных сегментов. Изучение требований потребителей к товарам, упаковке, методам продажи, сервису, услугам.

Определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях своих жизненных циклов. Разработка ассортиментной модели и стратегии реализации товаров.

Схема формирования конкурентоспособной ассортиментной модели предприятия торговли. Оценка работы торговых предприятий.

Тема 12. Особенности маркетинга в книгоиздательстве.

Издательство (книжно-предпринимательская деятельность): сущность, основные черты. Структура деятельности издательства: основные элементы.

Книжный маркетинг: основные этапы. Книжные рынки: сущность, структура, виды, механизм книгораспространения, тенденции развития.

Классификация книг и каналов их распространения. Исследование книжного рынка: цели, направления, методы. Рыночная среда, на которой действует издательство: основные элементы.

Коммуникационное поле потребителя. Печатная продукция: газеты, журналы, листовки, прайс-листы, реклама в книгах, закладки, проспекты, каталоги, тематические планы, плакаты, специальные периодические издания, календари, буклеты, объявления.

Электронные средства связи. Общение между людьми. Наглядная информация.

Особенности маркетинга книг в твердом переплете.

Реклама и продвижение книг к читателю. Основные потребности читателя, оптового покупателя, госчиновника. Система базовых мотивов покупателя.

Торговая и потребительская реклама: сущность, различия, инструменты. Проблемы стимулирования сбыта. Рекламные сообщения издательства: основные формы.

Паблсити и ПР. Основные функции ПР на уровне издательства. Отношения со СМИ. Пресс-конференции, брифинги, презентации. Выставки, ярмарки, церемонии награждения и вручения литературных премий.

Система книжной торговли в России. Оптовая книжная торговля. Розничная торговля. Распределение учебников. Комплектование библиотек. Букинистическая торговля. Современные тенденции и новые направления развития книжного рынка в России.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,11	76
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	76
Экзамен	1,0	36

Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	2,11	57
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	57
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Международный маркетинг» (Б.1.В.ДВ.05.02)

1. Цель дисциплины – вооружить обучаемых знаниями об особенностях маркетинговой деятельности организации на международных рынках, сконцентрировать их внимание на стержневых проблемах дисциплины, сформировать навыки проведения маркетинговых исследований на международных рынках, способствовать развитию культуры управленческого мышления при решении проблем международной предпринимательской деятельности.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области международного маркетинга и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

Знать:

- специальную терминологию (тезаурус) учебной дисциплины;
- особенности анализа международных рынков;
- особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира;
- особенности отношений между продавцами (производителями) и потребителями продукции в отдельных странах;
- модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах;
- подходы к сегментации потребителей различных стран;
- способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка;
- методы формирования товарной политики с учетом особенностей национальных, культурных, религиозных и др. факторов;

- методы ценообразования в отдельных сегментах международного рынка;
- методы формирования коммуникационной политики в отдельных странах и регионах.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках;
- анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников;
- разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков.

Владеть:

- инструментами международного маркетинга;
- методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности;
- способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики различных стран и регионов.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Маркетинг как инструмент анализа международного рынка.

Тема 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства.

Предмет, цели и задачи курса. Основные аспекты рассмотрения сущности международного маркетинга. Основные категории международного маркетинга.

Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства. Стадии перехода к международному маркетингу. Традиционный экспорт. Экспортный маркетинг. Международный маркетинг. Глобальный маркетинг (в сочетании с международным менеджментом).

Этапы интернационализации фирмы. Местная стадия развития. Начальная стадия интернационализации. Стадия развития. Стадия роста. Многонациональная стадия интернационализации. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.

Место, роль и значение международного маркетинга в условиях рыночной экономики.

Роль международного маркетинга в экономическом развитии России. Ориентация российских фирм на внешние рынки. Формирование рыночной инфраструктуры и правового поля маркетинга.

Тема 2. Экономическая среда международного маркетинга.

Факторы, действующие в международном маркетинге. Контролируемые и неконтролируемые факторы. Виды конкурирующих сил, действующих на международных рынках.

Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности: динамика экономики; промышленная эффективность; динамика рынка; финансовая динамика; человеческие ресурсы; государственное вмешательство; национальные ресурсы; внешняя ориентация; инновационная ориентация; социально-политический консенсус.

Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга. Виды торговых барьеров. Квоты на экспорт. Квоты на импорт. Преимущества и недостатки интернационализации фирмы.

Раздел 2. Поведение потребителя и инструменты международного маркетинга.

Тема 3. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.

Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм». Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.

Состав культурной среды, влияющей на международный бизнес. Влияние характеристик национальных культур на эффективность менеджмента и маркетинга за рубежом.

Воздействие национальных культур на стиль поведения фирм на международных рынках.

Тема 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности.

Рынок и конъюнктура. Изучение товарной структуры рынка. Классификация рынков. Соотношение спроса и предложения на конкретном рынке. Общие и частные рыночные проблемы. Рынок отдельного товара. Модель изучения товарной структуры рынка. Доля рынка.

Комплексное исследование рынка. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности. Оценка конъюнктуры рынка. Система показателей. Факторы формирования рыночной конъюнктуры.

Емкость рынка. Уровни емкости рынка: потенциальный и реальный. Системный подход к исследованию конъюнктуры. Прогноз конъюнктуры и конъюнктурная симптоматика. Анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.

Тема 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков.

Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.

Анализ состояния и тенденции развития зарубежного рынка. Особенности изучения конкурентов, потребителей, систем товародвижения и продаж, систем стимулирования сбыта и рекламы, политико-правовой среды, культуры, микро- и макросреды фирмы.

Основные стадии исследования рынка. Кабинетные и полевые исследования. Методы анализа потенциала фирмы, конкурентов, рынка, макросистемы.

Методы анализа оперативной деятельности фирмы: продукт-тест, тест цены, предварительный прогноз успеха (претест), контроль успеха (посттест).

Методы прогноза: количественные и качественные.

Классификация товарных рынков в международном маркетинге. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.

Факторы, влияющие на измерение емкости рынка возможного экспорта.

Критерии привлекательности странового рынка: емкость рынка; рост странового рынка; структура потребителей; диапазон цен; покупательная способность потребителей: доступность рынка; политические и экономические риски страновых рынков.

Факторы, воздействующие на интенсивность конкуренции и влияющие на уровень конкурентоспособности фирм.

Тема 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами.

Этапы развития организации маркетинга: экспортный отдел; международное отделение; многонациональная организация. Схемы функциональной и региональной структуры маркетинговых служб.

Уровень затрат, связанных с выходом на зарубежный рынок. Степень привлекательности инвестирования. Формы участия предпринимателей на международных рынках: экспорт; лицензирование и франчайзинг; совместные фирмы; стратегические союзы (альянсы); полностью собственные филиалы.

Формы и средства технологического обмена. Инфраструктура бизнеса. Особенности международной лицензионной торговли. Виды передачи технологий (ноу-хау).

Внутренний рынок лицензий в России. Патентные и беспатентные лицензии. Специфика экономических расчетов при купле-продаже лицензий.

Расчетная цена лицензии. Паушальные платежи. Продажная цена как база роялти. Процедура расчета цены лицензии и выбора видов лицензионных платежей. Валютная эффективность продажи лицензии.

Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными фирмами. Варианты организации франчайзинга: классический, региональный, субфранчайзинг, развивающийся.

Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.

Тема 7. Изучение зарубежного потребителя.

Типология потребностей человека. Международные организации-потребители: характеристика, виды, особенности. Особенности мотивации индустриального покупателя.

Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах. Особенности покупательского поведения потребителей различных стран.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Рациональный подход к решению проблемы. Модель атрибутивного товара фирмы. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара.

Меры реакции покупателей: познавательная, эмоциональная, поведенческая. Анализ привычных приемов при покупке. Анализ приверженности марке.

Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы. Стратегии сегментации рынка. Построение сетки сегментации.

Описательная сегментация. Сегментация по выгодам. Поведенческая сегментация. Сегментация по стилю жизни VALS-1, VALS-2, Internet-VALS.

Особенности сегментации рынков промышленных и потребительских товаров. Правила эффективной сегментации. Выбор целевых сегментов.

Международная сегментация. Оценка привлекательности сегментов рынка.

Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.

Тема 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках.

Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке. Расширенная концепция соперничества. Барьеры входа и выхода.

Анализ конкурентных ситуаций. Механизм ценовой войны. Варианты конкурентного поведения. Анализ реакций конкурентов. Измерение рыночной силы.

Компоненты международных маркетинговых стратегий: доминирующие принципы и ценности, цели, главные решения.

Критерии классификации международных маркетинговых стратегий: происхождение и развитие фирмы, ее позиция на рынке, состояние рыночной конъюнктуры, маркетинговые приоритеты.

Выбор стратегии маркетинга. Привлекательность базового рынка и конкурентная сила фирмы. Типология рынков товара. Основные сценарии развития. Индикаторы конкурентоспособности. Портфельный анализ направлений деятельности. Конкурентные стратегии. Стратегии международного развития.

Развитие фирмы путем выпуска новых товаров. Оценка риска инноваций. Кривые «смертности» идей новых товаров. Организация процесса разработки нового товара.

Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.

Раздел 3. Комплекс международного маркетинга.

Тема 9. Товарная политика фирмы: международный аспект.

Международные аспекты товарной политики. Обязательная модификация экспортных товаров. Четыре варианта модификации.

Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках. Расширение товарных рынков + расширение коммуникаций.

Расширение товарных рынков + адаптация. Адаптация товара + расширение коммуникаций. Адаптация товара + адаптация коммуникаций.

Стратегия разработки новых товаров. Сущность и критерии определения новых товаров. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии. «*Portfolio*» – анализ и позиционирование товара.

Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи. Факторы, определяющие ассортимент продукции фирмы. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность и проблемы.

Стратегия разработки международного глобального продукта. Особенности организации международного распределения товаров с учетом тенденций глобализации.

Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства. Основные принципы и задачи сервисной политики фирмы за рубежом. Особенности сервиса на различных зарубежных рынках.

Тема 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке.

Теоретические основы рыночного ценообразования. Адаптация цен с учетом эластичности спроса и других реакций зарубежного рынка на изменения цен. Понятие «воспринимаемая ценность» товара на зарубежном рынке.

Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках. Разновидности конкурентных стратегий «цена – качество», их реализация на зарубежном рынке. Факторы, влияющие на уровень цен. Особенности ценообразования на различных международных рынках.

Особенности установления экспортных цен в международной торговле. Виды цен: контрактные цены, биржевые котировки и аукционные цены, справочные цены, цены преysкурaнтoв, индексные цены, цены предложения и др.

Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС-90». Порядок расчета экспортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.

Цели ценовых стратегий. Основные ценовые стратегии: премиальных цен (защитных); истощения и проникновения; ценовой дифференциации. Гибкие ценовые стратегии. Связь ценовых решений с характером конкурентной среды. Предугадывание поведения конкурентов. Стратегии понижения цен. Стратегии повышения цен. Ценовое лидерство. Ценовые стратегии для новых товаров. Установление цены на гамму товаров.

Тема 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке.

Основные методы и системы сбыта на международном рынке. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке. Типы и функции посредников и каналов сбыта. Выбор посредника и факторы формирования сбытовой сети. Потоки распределения.

Критерии выбора каналов сбыта: масштаб и сила производителя, свойства товара, характеристики рынка, функционирование торговых каналов. Принятие решения о типе продаж. Формирование и управление каналами сбыта.

Стратегии охвата зарубежного рынка. Интенсивный, избирательный и эксклюзивный сбыт. Типы франшиз и их характеристики. Преимущества франшизера и покупателя франшизы.

Коммуникационные стратегии в канале сбыта: вталкивания, втягивания.

Коммерческие формы и методы реализации товара. Лизинг как форма сбыта продукции на международном рынке. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.

Создание климата продажи: сущность и основные подходы. Поиск клиентов по рекомендациям. Поиск клиентов без рекомендаций. Персональная работа с потенциальным клиентом. Умение продавать с помощью демонстрации и презентации вашего товара.

Оценка клиента – ключ к эффективной продаже. Обработка возражений клиента: сущность и основные приемы.

Методика преодоления спадов в торговле с зарубежным партнером.

Тема 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге.

Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке. Средства маркетинговых коммуникаций. Стратегии личной и безличной коммуникации. Расходы на коммуникацию.

Новые коммуникационные технологии. Процесс рекламной коммуникации. Цели рекламной коммуникации.

Уровни эффективности рекламной коммуникации. Планирование рекламной поддержки. Критерии выбора каналов. Определение рекламного бюджета. Определение бюджета торгового персонала.

Реклама и ее виды. Стимулирование сбыта. Сервисная политика. Прямые (персональные) продажи.

Связи с общественностью (*Public Relations* – PR) и другие формы коммуникаций. Цель, сферы, направления и объекты действия PR. Содержание PR-деятельности, ее инструменты и формы.

Функции и области применения пabлик рилейшнз и пabлисити в экономике России.

Современные системы деловой коммуникации: основные элементы. Персональные контакты в маркетинге: их разновидности, сферы применения и инструментарий.

Комплексные формы коммуникаций. Ярмарки и выставки. Эффективная продажа. Совершенствование экспозиции. Культура международного маркетинга.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах

Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	144
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,11	76
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	76
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4,0	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	2,11	57
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	57
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление маркетингом» (Б1.В.ДВ.06.01)

1. Цель курса – изучение концепции и процесса управления маркетингом, формирование навыков разработки маркетинговой политики и процедур и принятия маркетинговых решений.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

- методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; особенности комплекса маркетинга при работе на различных рынках; особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях; основы стратегического и оперативного планирования; эффективные маркетинговые стратегии фирмы при выходе на целевой рынок.

Уметь:

- проводить маркетинговые исследования в интересах фирмы; осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка; эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы; выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках; осуществлять контроль, оценку и аудит маркетинга.

Владеть:

- навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Концепция управления предприятием, действующим на принципах маркетинга.

Сущность и механизм управления маркетингом. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров, ориентированная на установленный платежеспособный спрос.

Научно-технический прогресс – основная производительная сила общества. Система потребления как ограничитель возросших возможностей современного производства.

Маркетинг как интегрирующая функция управления предприятием в конкурентной среде.

Создание условий для обеспечения баланса интересов товаропроизводителя и потребителя.

Стратегические и оперативные маркетинговые решения. Управление функциями маркетинга.

Тема 2. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием.

Цели предприятия и цели маркетинга. Ключевая роль службы маркетинга в разработке и осуществлении стратегического плана развития предприятия. Планы маркетинга как важная составляющая стратегического корпоративного плана предприятия.

Тема 3. Подходы к выработке стратегии предприятия.

Лидерство в минимизации издержек производства (ценовое лидерство). Специализация в производстве товарной продукции (лидерство в товаре). Концентрация производственно-коммерческой деятельности на предпочтительных сегментах рынка (лидерство в нише). Стратегии предприятия: концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста. Стратегии сокращения хозяйственной деятельности.

Тема 4. Стратегии хозяйственного портфеля.

Понятие стратегического хозяйственного портфеля (СХП) или стратегических зон хозяйствования. Хозяйственный портфель как инструмент стратегического планирования и управления производственно-коммерческой деятельностью предприятия.

Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ).

Матрица консультационной компании Мак-Кинзи («Дженерал Электрик») - «привлекательность рынка / перспектива роста». Наступательная стратегия, оборонительная стратегия, стратегия ухода или прекращения инвестирования.

Тема 5. Стратегии роста малых, средних и крупных предприятий.

Влияние размера предприятия на условия выживания и укрепление конкурентных позиций.

Стратегии малого предприятия в зависимости от особенностей товара, характера рынка и потенциала роста.

Особенности стратегий роста средних предприятий, в т.ч. специализация, диверсификация и стандартизация товарной продукции.

Типизация крупных предприятий в зависимости от области и профиля основной производственно-хозяйственной деятельности, темпов роста, прибыльности, выбора стратегий роста.

Матрица И. Ансоффа, матрица внешних приобретений, новая матрица БКГ (эффект затрат, эффект диверсификации).

Поглощение и слияние как инструмент развития организации. Вертикальные и горизонтальные интегративные стратегии.

Тема 6. Конкуренция и конкурентные преимущества.

Понятие и сущность конкуренции. Модель конкурентных сил М. Портера. Угрозы со стороны действующих предприятий. Возможность появления новых предприятий-конкурентов. Угроза появления новых товаров. Угроза со стороны потребителей и поставщиков.

Конкурентные преимущества как концентрированное проявление превосходства над предприятиями-конкурентами в экономической, производственной, научно-технической, инновационной и организационной деятельности.

Основные показатели и оценка конкурентных преимуществ: дополнительная прибыль, высокая рентабельность производственно-коммерческой деятельности, заметная доля рынка, рост объема продаж, быстрая реакция на инновационные процессы путем выпуска новых товаров и др.

Тема 7. Методы выбора целевого рынка.

Оценка социальной, политической, экономической и технологической (уровень технологий) ситуации на потенциальных целевых рынках.

Ранжирование как метод поиска целевого рынка. Критерии ранжирования: емкость рынка, инвестиции в отрасли, потребляющие товары предприятия, требования рынка к технико-экономическим, качественным и иным потребительным показателям товарной продукции предприятия, уровень транспортных и иных издержек, связанных с доставкой товара до потребителей, наличие развитой товаропроводящей сети на предполагаемом целевом рынке.

Методы анализа привлекательности рынка.

Тема 8. Организационные подходы к сегментации рынка.

Изучение потребителей. Понятие цели сегментации. Сегментация потребителей и выбор целевого сегмента по социодемографическим, психографическим, поведенческим, географическим, мотивационным признакам.

Выбор предприятием предпочтительного сегмента рынка по критериям: количественные границы, доступность сегмента, информационная обеспеченность и устойчивость сегмента, прибыльность, доходность и защищенность сегмента от конкуренции.

Методы проведения сегментации. Методы проведения позиционирования.

Тема 9. Управление товаром. Товарные стратегии.

Маркетинговые решения по товарам. Конкурентоспособность товара.

Создание нового товара как основа товарной политики предприятия. Понятие нового товара: «пионерный» уникальный товар, товар с новыми потребительскими характеристиками, созданный на основе старой товарной системы, товар рыночной новизны, товар, удовлетворяющий известную потребность на качественно новой основе благодаря применению новейших технологий.

Товарные стратегии модернизации, модификации, диверсификации, стандартизации.

Управление инновационными процессами на предприятии.

Разработка оптимального ассортимента (номенклатуры, типорядов) товаров. Понятие широты и глубины ассортимента и его безубыточности.

Создание товарных систем и организация системных продаж. Марочные стратегии и марочные технологии.

Тема 10. Управление ценовой политикой.

Затратное ценообразование, ориентированное на полные, прямые, усредненные, стандартные, предельные издержки. Метод установления целевой цены или целевой нормы прибыли.

Ориентация на ценового лидера, конкуренция, среднеотраслевые цены, другие способы административного ценообразования.

Установление цен с ориентацией на спрос с учетом эластичности спроса. Ценовая дискриминация: по поведению покупателя, по вариантам товара, по месту и времени продаж.

Ценовые стратегии предприятия при решении коммерческих задач, при выходе на новый рынок, при выводе нового товара. Стратегия «снятия сливок» при установлении цен на пионерные (уникальные) товары. Стратегия прохода по сегментам рынка.

Дифференцированное ценообразование. Психологическое ценообразование. Ценовая конкуренция. Понятие демпинга. Антидемпинговые процедуры как средство защиты национальных производителей от недобросовестной конкуренции экспортеров товаров.

Тема 11. Управление распределением. Маркетинговые каналы распределения.

Маркетинговые решения по распределению. Распределение товаров через систему независимых посредников, коммерческих агентов. Критерии выбора и оценка рентабельности каналов. Коммуникативные стратегии в системе продвижения товара по сбытовой сети от товаропроизводителя до потребителя. Преимущества и недостатки методов протягивания и проталкивания.

Управление конфликтами и развитие маркетинга отношений в каналах распределения.

Функции продаж: мерчандайзинг (маркетинг в местах продаж), работа торгового персонала.

Прямой маркетинг: собственная система распределения и продаж, личные продажи в различных формах: многоуровневый маркетинг, торговля вразнос, каталожная торговля, коммерческие переговоры (главным образом товары производственно-технического назначения). Электронная коммерция.

Функции сбыта: упаковка, транспортировка, «деление», хранение (складирование), сортировка, обработка и оценка информации о позиции товара. Работа сбытового персонала.

Тема 12. Основы управления маркетинговыми коммуникациями.

Коммуникативная модель. Безличные и личные контакты. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Понятие синергизма системы.

Решения по рекламе, связям с общественностью. Управление личными продажами. Методы проведения деловых переговоров и презентаций. Ярмарки и выставки. Стимулирование продаж.

Тема 13. Организационное построение службы маркетинга на предприятии.

Распределение функций маркетинга между отдельными функциональными и оперативными подразделениями предприятия. Объединение в единую систему управления подразделениями, отвечающими за исполнение наиболее существенных функций маркетинга, формирование службы маркетинга.

Положение директора по маркетингу в иерархии власти на предприятии.

Разработка должностной инструкции для сотрудника организации, включающей права, обязанности и ответственность директора по маркетингу, специалистов маркетинга.

Разработка положения службы маркетинга на предприятии.

Современные оргструктуры. Службы маркетинга, ориентированные на ситуативно-прогнозные методы управления.

Современные требования к специалисту маркетинга.

Тема 14. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.

Цели и задачи планирования. Принципы планирования: ясность, целенаправленность, системность, учет ресурсного обеспечения, вариантность, оптимальность, согласованность, динамичность, адаптивность.

Виды планов маркетинга в зависимости от горизонта планирования, содержания и поставленных целей, точности и глубины проработки, способу разработки. Оперативный и стратегический маркетинговые планы предприятия.

Стратегическое планирование. Определение стратегических целей маркетинга. Создание стратегических хозяйственных подразделений предприятия. Установление целей маркетинга для каждого самостоятельного хозяйственного предприятия.

Разработка стратегий маркетинга на основе ситуационного анализа, SWOT - анализ.

Разработка оперативных целей маркетинга и оперативного плана. Доведение целей и задач оперативного планирования до каждого исполнителя. Контроль исполнения оперативного плана по времени, количественным и качественным критериям.

Разработка плана-программы маркетинга по созданию, организации производства и реализации системы мероприятий (маркетинговый микс) по каждому товару, группе товаров, товарной системе.

Тема 15. Оценка, контроль и аудит маркетинга.

Виды контроля в маркетинге.

Оценка маркетинговых усилий в достижении стратегических целей предприятия.

Внутренний и внешний виды аудита (ревизии) маркетинга, преимущества и недостатки этих видов аудита (ревизии) маркетинга.

4.Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые коммуникации» (Б1.В.ДВ.06.02)

1. Цель дисциплины – ознакомление бакалавров с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями (ПК):

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

- сущность маркетинговых коммуникаций;
- факторы эффективности маркетингового коммуникационного процесса;
- процесса планирования программы маркетинговых коммуникаций;
- основных коммуникационных инструментов и их характеристик;
- характеристик основных игроков на рынке маркетинговых коммуникаций;
- методы оценки эффективности коммуникационных программ в маркетинге;
- сущность PR-деятельности и основы планирования PR-мероприятий;
- методы определения эффективности PR;
- процесс планирования и методы оценки эффективности программ по стимулированию сбыта;
- характеристики, основные преимущества и методы определения эффективности прямого маркетинга;

Уметь:

- планирования программы маркетинговых коммуникаций;
- выбора маркетинговых инструментов;
- разработки рекламной программы;
- оценивать эффективность рекламы;
- планировать PR -программу;
- планировать мероприятия по стимулированию сбыта;
- выбирать средства стимулирования сбыта;
- выбирать и использовать каналы прямого маркетинга в деятельности организации;
- выбирать и использовать новые медиа и инструменты в программах маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- владеть специальной маркетинговой терминологией на профессиональном уровне;
- разработки программы маркетинговых коммуникаций: формулирования целей и задач, определения целевой аудитории, создания сообщения, выбора каналов (инструментов) маркетинговых коммуникаций, определению бюджета и оценки эффективности;
- составления пресс-релиза и других текстовых PR-материалов;
- разработки программ по стимулированию сбыта;
- составления сообщений для распространения по каналам прямого маркетинга;
- профессиональной аргументации при обсуждении выводов и рекомендаций по результатам выполнения программ в сфере маркетинговых коммуникаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Маркетинговые коммуникации: принципы, основные элементы, инструментарий.

Определения маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Эволюция концепций маркетинговых коммуникаций. Мировая дискуссия по проблеме интегрированности маркетинговых коммуникаций. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Принципы разработки эффективных коммуникаций: определение целевой аудитории, выбор коммуникационного канала, разработка сообщения, бюджетирование, формирование коммуникационной программы, мониторинг и оценка.

Тема 2. Средства массовых коммуникаций: анализ, стратегия и планирование.

Особенности различных СМИ и их использование в программах маркетинговых коммуникаций. Восприятие рекламных сообщений аудиторией в зависимости от вида СМИ. Российский медиа рынок. Медиа-исследования: телевидение, радио, пресса. Обзор мирового и российского опыта медиа-исследований, сравнительный анализ. Анализ коммуникационной эффективности рекламных и пиар кампаний. Качественные и стоимостные показатели. Методика прогноза эффективности. Деятельность по планированию медийных маркетинговых коммуникаций: этапы формирования плана. Принципы и методы составления медиа-плана. Формат медиа-планов.

Тема 3. Инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама.

Обзор мирового и российского рынка рекламы. Общая схема рынка размещения рекламы: система взаимоотношений между игроками. Реклама: определение, типы, роли, функции. Игроки на рекламном рынке: Рекламодатель. Рекламные агентства. Медиа-хаузы. СМИ. Свободные торговцы

идеями. Исследовательские организации. Основные модели рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности в РФ. Рекламная этика. Стратегия и тактика рекламных коммуникаций. Стратегии рационалистического типа: родовая стратегия, стратегия преимущества, стратегия уникального торгового предложения (УТП), стратегия позиционирования. Проекционные стратегии: имидж бренда, резонанс, аффективная стратегия. Тактические приемы реализации рекламных стратегий коммуникации. Составляющие креативной рекламной стратегии. Специфика визуальных образов и вербальных компонентов в аудиальной, визуальной и печатной рекламе. Разработка творческих идей: копирайтинг, креатив в рекламе. Принципы составления креативных заданий (брифов) для разработки рекламного продукта.

Тема 4. Инструменты маркетинговых коммуникаций: PR.

Определения. PR механизм. PR цели. PR средства. Система RACE. Маркетинг публичных отношений (MPR). Реклама и PR. Пропаганда и PR. Классификация функций PR. Интеграция PR в структуру организации. Эволюция концепций PR. Модели PR. Основные сферы PR. Связи со СМИ (медиа-рилейшнз). Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты. Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.

Тема 5. Инструменты маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта.

Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования. Стратегия проталкивания продукта и стратегия привлечения потребителя к продукту. Стимулирование сбыта, обращенное к потребителю. Стимулирование, направленное на посредников (дистрибуторы, розничные и оптовые торговцы). Стимулирование, направленное на бизнес-покупателей. Ценовое стимулирование, стимулирование в натуральной форме, стимулирование в активной форме: терминология и принципы. Особенности мерчендайзинга в магазинной торговле. POS материалы. Организация деятельности по стимулированию сбыта. Мониторинг и оценка программ по стимулированию сбыта.

Тема 6. Инструменты маркетинговых коммуникаций: событийный маркетинг.

Особенности современной корпоративной режиссуры: организация выставок, специальных мероприятий и спонсорских событий. Благотворительность как форма сотрудничества с потребителем. Событие как рекламоноситель. Маркетинг знаменитостей. Критерии выбора событийных коммуникационных программ. Особенности продакт плейсмента, презентации, специальных мероприятий. Проблемы бюджетирования и оценки в событийном маркетинге.

Тема 6. Инструменты маркетинговых коммуникаций: новые каналы и инструменты.

Интернет: канал и/или инструмент маркетинговых коммуникаций. Особенности и противоречия в природе и сущности Интернета как глобальной информационной сети. Медиа инновации. СМС и мобильные коммуникации. Вирусный маркетинг. Охота за тенденциями и трендсеттинг.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции	0,45	16
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	2,11	76
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах

Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции	0,45	12
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	2,11	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		56,85
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Нейромаркетинг» (Б1.В.ДВ.07.01)

1. Цель дисциплины – формирование у обучающихся бакалавриата знания основных возможностей и проблем использования современных нейротехнологий, лежащих в основе принятия решений потребителями, и их реакции на маркетинговые действия (брендинг, рекламу, дизайн и упаковку, ассортимент, ценообразование и др.), а также развитие способности обосновывать управленческие решения через приемы нейровизуализации, нейростимуляции и нейромаркетинга.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением 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);
- способностью 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).

Знать:

- психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке.

Уметь:

- применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей.

Владеть:

- решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;
- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;
- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. Краткое содержание дисциплины.

«Нейромаркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Теоретические основы нейромаркетинга.

Обоснование концепции нейромаркетинга как теоретико-прикладной междисциплинарной области знаний, позволяющей раскрывать информацию о предпочтениях потребителей и их реакциях на маркетинговые действия. Определение совокупности нейробиологических механизмов, лежащих

в основе ответной реакции потребителей на маркетинговые действия, и прогнозирования поведения потребителей с использованием нейротехнологий.

Тема 2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения.

Нужды и потребности: сущность и различие. Типология потребностей человека. Потребности: ложные и истинные, родовые и производные, абсолютные и относительные. Искусственные потребности.

Реестр человеческих потребностей Мэррея: первичные и вторичные; позитивные и негативные; явные и латентные; осознанные и неосознанные. Реестр ценностей по Рокичу.

Анализ поведенческой реакции покупателя. Уровни реакции покупателей. Матрица вовлеченности Фута-Коуна - Белдинга. Интеллектуальный и эмоциональный методы познания. Измерение познавательной реакции. Теория потребительских ценностей Шета-Ньюмана-Гросса. Ценности функциональные, социальные, эмоциональные, эпистемические, условные. Матрица «важность / выраженность».

Атрибуты: релевантные и детерминирующие. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара. Ядерные и периферийные услуги.

Концепция мультиатрибутивного товара. Значимость атрибутов. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара: «композиционный» и «декомпозиционный».

Тема 3. Эмоционально-когнитивные модели как основной модели обосновывающей теоретические аспекты формирования эмоций у потребителей.

Оценка и использование классических методов маркетингового исследования, их взаимосвязь с нейромаркетинговыми технологиями. Интеграция нейромаркетинговых технологий с традиционными методами маркетинговых исследований, в т.ч. фокус-группы, опросы и углубленные интервью. Навыки практического применения нейромаркетинговых технологий: брендинг, тестирование продукта, реклама, интернет-магазины, события и развлечения, др.

Тема 4. Нейромаркетинговые исследования.

Современные концепции и психофизические методы исследования интуиции (в частности, отслеживание движения глаз, считывание выражения лица, измерение частоты сердечных сокращений и гальванической реакции кожи). Современные подходы в области неврологии потребителей через приемы нейровизуализации, нейростимуляции и нейромаркетинга.

Современные методы визуализации мозга для электроэнцефалографии (ЭЭГ) и функциональной магнитно-резонансной томографии (МРТ), применяемые для отслеживания эмоциональной реакции на бренды и телевизионные ролики, а также для оценки привлекательности маркетинговых продуктов для потребителей и анализа соотношения «цена–качество».

Нейромаркетинговая измерительная аппаратура (айтрекеры, ЭЭГ, МРТ, ФМР, ГСР, лицевое кодирование и т.д.). Экспериментальная нейромаркетинговая методология и процедуры. Классический и современный методы анализа нейрофизиологических результатов. Применение практических методов развития навыков нейромаркетинга. Основные методы нейровизуализации через айтрекеры: сбор, анализ и обобщение данных.

Тема 5. Воздействие рекламы на поведение потребителей.

Реклама и ее роль в жизни общества. Определение понятия «реклама». Классификация рекламы по способу воздействия: зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая. Интернет-реклама.

Ощущения: зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, кожные, двигательные, осязательные, равновесия, органические, вибрационные и др.

Психология и реклама. Психологические закономерности запоминания информации.

Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей. Результаты воздействия рекламы на потребителя. Роль управления рекламой.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах

Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Поведение потребителей» (Б.1.В.ДВ.07.02)

1. Цель дисциплины – углубленная проработка теоретического материала по направлениям маркетинговой деятельности (факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи), позволяющая руководителям и маркетологам лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области поведения потребителя в различных ситуациях и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением 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);
- способностью 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).

Знать:

- теоретические основы современного этапа развития дисциплины «Поведение потребителя»;
- сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;
- различные подходы и теории потребительского поведения;
- различные аспекты теории потребительского поведения;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке;
- основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке;
- основные методики определения степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей;
- сущность и выявить особенности мотивации индустриального потребителя;
- эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей;
- механизм манипуляции потребительским поведением;
- Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.

Уметь:

- проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;
- использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;

- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Базовые понятия и категории дисциплины.

Тема 1. Предмет и задачи курса.

«Поведение потребителей» как прикладная научная дисциплина. Потребитель как объект исследования. Предмет и задачи курса.

Взаимосвязь дисциплины «Поведение потребителей» с фундаментальными научными дисциплинами.

Потребление как способ удовлетворения базисных человеческих потребностей посредством разового или длительного потребления (уничтожения) товаров. Потребление – производство символов (Baudrillard, 1996).

Новая макро- и микросреда маркетинга. Место маркетинга в экономике XXI в. Роль маркетинга в принятии стратегических решений фирмы. Особенности современного рынка и поведение потребителей. Новые технологии и поведение потребителей. Поиск новых источников конкурентных преимуществ.

Изменения в требованиях потребителя в эпоху глобализации рынка и конкуренции. Идея «нового потребителя». «Конец эры массового маркетинга». Консюмеризм. Энвайронментализм. Новые приоритеты маркетинга.

Тема 2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения.

Нужды и потребности: сущность и различие. Типология потребностей человека. Потребности: ложные и истинные, родовые и производные, абсолютные и относительные. Искусственные потребности.

Реестр человеческих потребностей Мэррея: первичные и вторичные; позитивные и негативные; явные и латентные; осознанные и неосознанные. Реестр ценностей по Рокичу.

Анализ поведенческой реакции покупателя. Уровни реакции покупателей. Матрица вовлеченности Фута-Коуна-Белдинга. Интеллектуальный и эмоциональный методы познания. Измерение познавательной реакции. Теория потребительских ценностей Шета-Ньюмана-Гросса. Ценности функциональные, социальные, эмоциональные, эпистемические, условные. Матрица «важность / выраженность».

Атрибуты: релевантные и детерминирующие. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара. Ядерные и периферийные услуги.

Концепция мультиатрибутивного товара. Значимость атрибутов. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара: «композиционный» и «декомпозиционный».

Раздел 2. Развитие науки о поведении потребителя: современный аспект.

Тема 3. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории.

История изучения поведения потребителей. Теории потребления К. Маркса (идея товарного фетишизма), Т. Веблена (теория показного потребления), Г. Зиммеля (теория моды), В. Зомбарта (концепция роскоши), М. Вебера (концепции статусных групп и протестантской этики). Современные теории потребления П. Бурдьё, Ж. Бодриера, И. Гофмана, М. Бахтина. Идеальный тип и модель потребительского поведения. Функции модели.

Социальное действие и поведение. Единица поведения (социальный акт, действие). Фазы социального акта: импульс, перцепция, манипуляция и консумация. Поведение как серия взаимосвязанных социальных актов. Особенности поведения потребителя: осознание собственных потребностей и интересов, выбор покупки и торг, использование купленного, многократное повторение этого цикла применительно к разным товарам и в разное время.

Классификация социального поведения. Формы социального действия: позитивное и негативное действие.

Тема 4. Теория потребительского поведения.

Рациональное поведение потребителя. Суверенитет потребителя. М. Фридман о различиях между стабильным и преходящим доходом, стабильным и преходящим потреблением.

Полезность блага: сущность и основные виды. Общая и предельная полезность блага. Закон убывающей предельной полезности. Ординалистский (порядковый) подход к определению

полезности благ. Эффект замещения и эффект дохода. Кривые безразличия и бюджетное ограничение. Представление предпочтений потребителя с помощью кривых безразличия. Товары Гиффена. Кривые Энгеля. Оптимальный выбор потребителя.

Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.

Тема 5. Характеристика потребителя.

Культурные факторы, влияющие на поведение потребителя: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.

Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.

Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждения и отношения. Направления изучения поведения потребителей. Основные средства влияния на поведение потребителей России.

Тема 6. Мотивация потребителя.

Мотив и мотивация потребителя. Классификация «соматопсихологических человеческих типов» Ганзена–Толкачева. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке: зрительный, слуховой, оральный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасты, хронофутуры.

Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей. Теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу; их влияние на поведение потребителей. Мотивы: выгоды, снижения риска, признания, удобства, свободы, познания, содействия, соучастия, самореализации.

Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.

Тема 7. Модель поведения покупателя.

Простая и развернутая модель поведения покупателя. Побудительные факторы маркетинга: товар, цена, методы распространения, стимулирование сбыта. Прочие раздражители поведения покупателя: экономические, научно-технические, политические, культурные.

«Черный ящик» сознания потребителя. Ответные реакции потребителя: выбор товара, марки, дилеров, времени покупки, объекта покупки.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Осознанный выбор: пять стадий.

Источники информации потребителя: личные, коммерческие, общедоступные, источники эмпирического опыта. Риски покупателя: финансовые потери, потери времени, физический риск, психологический риск.

Подходы к решению проблемы: расширенное решение, ограниченное решение; поведение, основанное на рутинной реакции. Степень вовлеченности покупателя. Рациональный подход к решению проблемы.

Тема 8. Удовлетворенность потребителя.

Удовлетворение нужд и потребностей потребителя как основная задача предприятия. Значение степени удовлетворения потребителя для организации в истекшем и будущем периодах ее деятельности. Удовлетворенность и неудовлетворенность потребителей. Основные типы поведения удовлетворенного и неудовлетворенного потребителя. Теория «брешей обслуживания».

Причины неудовлетворенности потребителя. Лояльно настроенные потребители. Азбука потребительской лояльности. Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы. Принцип управления удовлетворенностью потребителей: «если можешь замерять – значит, можешь управлять».

Схемы приверженности для удержания потребителей. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей. Оценка удовлетворенности потребителей. Исследование репутации компании.

Уровень ожиданий потребителя и уровень желаний. Качество товара: ожидаемое, желаемое, привлекающее (волнующее). Уровни исполнения товара: идеальный, ожидаемый, неприемлемый.

Тема 9. Особенности мотивации индустриального потребителя.

Спрос на промышленные товары: сущность и структура. Природа спроса на промышленные товары.

Особенности спроса на промышленные товары. Особенности индустриального покупателя и его характеристика. Характеристики товара промышленного назначения. Особенности мотивации индустриального покупателя. Особенности индустриального маркетинга.

Структура и особенности индустриальной цепочки. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники». Потребности центра закупки.

Типы ситуаций: новая задача, модификация повторной закупки, повторная закупка. Многомерная природа потребности индустриального покупателя. Этапы процесса индустриальной закупки. Анализ процесса закупки.

Организации-потребители: характеристика, виды, особенности.

Раздел 3. Особенности и методы управления поведением потребителя.

Тема 10. Воздействие рекламы на поведение потребителей.

Реклама и ее роль в жизни общества. Определение понятия «реклама». Классификация рекламы по способу воздействия: зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая. Интернет-реклама.

Ощущения: зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, кожные, двигательные, осязательные, равновесия, органические, вибрационные и др.

Психология и реклама. Психологические закономерности запоминания информации.

Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей. Результаты воздействия рекламы на потребителя. Роль управления рекламой.

Тема 11. Манипуляция поведением потребителя.

Иррациональное потребительское поведение (Т. Шибутани). Механизмы иррационального поведения: подражание, заражение и механизм взаимного заражения, внушение.

Толпа и публика: сущность и различия. Толпа как группа людей, захваченных одной эмоцией. Виды эмоций людей в толпе: негативная и позитивная.

Фазы формирования толпы: циркулярная реакция, реакция окружения, формирование действующей толпы. Особенности влияния на публику: сущность и средства. Современные средства манипуляции поведением миллионов людей. Паника: сущность и фазы.

Наркозависимость (наркомания) как форма иррационального поведения. Наркоман как иррациональный потребитель. Р. Элиот о «шопинг-наркомании». Основные типы «шопинг-наркоманов»: «обжоры», «мстительные покупательницы», «экзистенциальные покупатели».

Тема 12. Основы эффективной торговли.

Профессия продавца: сущность, особенности, проблемы. Источники успеха в профессии продавца. Умение задавать вопросы: основные принципы. Завязки: стандартные, обращенные, внутренние, меченые.

Создание «климата продажи». Умение продавать то, что нужно. Воздействие на эмоции покупателя – ключ к успеху. Слова-отторжения и слова-побуждения. Мотиваторы: деньги, защищенность, достижение, признание, уважение, самопризнание. Демотиваторы: страх потерять защищенность, страх неудачи, сомнение в себе, боязнь перемен. Основные правила успешной продажи.

Защита прав потребителей в России и за рубежом. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Комплекс нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа:	1,67	60
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2

Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа	1,67	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		44,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования» (Б1.В.ДВ.08.01)

1. Цель дисциплины – получение студентами необходимых знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований для получения, систематизации и анализа информации, необходимой для принятия маркетинговых решений. Данный курс знакомит студентов с основными вопросами организации и проведения маркетинговых исследований: определением целей и задач, разработкой плана исследования, содержанием основных этапов исследования.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью 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);
- способностью 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);
- 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 (ПК-10).

Знать:

- методы исследования,
- правила отбора репрезентативной выборки,
- содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- грамотно формулировать цели исследования,
- проектировать формы для сбора данных,
- разрабатывать план выборочного исследования.

Владеть:

- методами сбора и анализа информации,
- компьютерными технологиями обработки данных.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Введение в маркетинговые исследования.

Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели, задачи маркетинговых исследований. Объекты изучения. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований: основные этапы. Выявление и формулировка проблемы при проведении исследования.

Направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка. Исследования потребителей. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности предприятия, продукта. Исследования продукта. Оценка возможного уровня сбыта продукта. Исследования рекламы, оценка ее эффективности. Анализ изменения репутации компании.

Этические аспекты маркетинговых исследований. *Esomar* – «кодекс чести» маркетинговых исследователей. Права респондентов. Профессиональные обязанности исследователей

Раздел 2. Разработка плана маркетингового исследования.

Маркетинговая информация. Виды и источники маркетинговой информации. Преимущества и недостатки первичной и вторичной информации. Кабинетные исследования. Основные источники информации для использования в маркетинговых исследованиях. Достоинства и недостатки каждого источника. Рекомендации по применению. «Готовые» отчеты в маркетинговых исследованиях. Рынок информации. Ведущие исследовательские центры РФ (TNS-Gallup, РОМИР, Комкон).

Методы маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос. Типы экспериментов. Виды наблюдений. Мистери-шоппинг. Метод фокус-группы. Порядок формирования фокус-групп. Панельный метод исследования. Выбор конкретных методов опроса. Области применения метода в исследованиях розничного рынка. Основные условия его проведения. Разработка плана выборочного исследования. Организация сбора данных. Контроль процесса сбора данных. Оценка полученных результатов.

Анкетирование. Разработка анкет. Требования к анкете. Этапы разработки анкеты. Структура анкеты. Открытые и закрытые вопросы. Типы закрытых вопросов. Правила формулировки отдельных вопросов. Последовательность вопросов в анкете. Верстка и тиражирование анкеты. Пилотаж анкеты.

Маркетинговые шкалы. Основные типы шкал, используемых в маркетинговых исследованиях. Вопросы выбора шкалы.

Методы построения выборки. Понятие выборки, ее преимущества и недостатки по сравнению с полной переписью. Процесс построения выборки (определение исследуемой совокупности; выбор основы для построения выборки; выбор способа построения выборки; определение необходимого размера выборки; реализация процесса построения выборки). Вероятностные и не вероятностные способы построения выборки, соображения при выборе между ними.

Принципы организации и проведения полевых работ. Подбор персонала. Обучение (тренинг) персонала (первоначальный контакт с потенциальным респондентом; методика задавания вопросов; правила записи ответов; завершение интервью). Управление работой интервьюеров.

Раздел 3. Обработка информации, полученной в процессе исследования.

Обработка информации, полученной в процессе исследования. Подготовка данных к обработке. Проверка анкет, расшифровка, предварительная статистическая обработка. Методы анализа данных. Определение и интерпретация связей между переменными. Корреляционный и регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях. Возможности использования дискриминантного, факторного и кластер-анализа при обработке маркетинговой информации. Маркетинговое прогнозирование. Компьютерные программы обработки данных. Использование EXEL при обработке данных.

Подготовка итогового отчета о проведенном исследовании. Значение отчета, порядок его представления. Содержание отчета. Структура отчета и его оформление. Подготовка к презентации отчета, ее проведение.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего
---------------------	-------

	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,2
Курсовая работа		35,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	2,67	72
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,15
Курсовая работа		26,85

Самостоятельное изучение разделов дисциплины		45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные инструменты маркетинга» (Б1.В.ДВ.08.02)

1. Цель дисциплины – получение студентами необходимых знаний о существующих современных инструментах маркетинга. Данный курс должен сформировать у студентов навыки проведения исследований для принятия маркетинговых решений на предприятии: например, решений по сегментированию рынка, позиционированию и продвижению товара, ценовой политике и других.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью 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);
- способностью 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);
- 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 (ПК-10).

Знать:

- современные инструменты маркетинга,
- методы исследования,
- общие принципы обработки и анализа маркетинговой информации.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- обоснованно выбирать методы сбора данных
- проектировать формы для сбора данных,
- использовать методы анализа данных.

Владеть:

- навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных
- методами сбора и анализа информации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Инструменты маркетингового анализа.

Базовые инструменты маркетингового анализа и возможности их применения. Роль маркетинга в стратегии развития компании. Виды маркетинговой информации и задачи, решаемые с помощью маркетинговых исследований.

Маркетинговые исследования – инструмент получения информации, необходимой для принятия решений. Необходимость получения информации для принятия маркетинговых решений. Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях. Первичная и вторичная

информация. Возможности использования вторичной информации для решения маркетинговых задач. Источники информации. Требования к исследованиям. Исследования, направленные на выявление проблем. Исследования, направленные на поиск решения проблем. Этика проведения маркетинговых исследований.

Раздел 2. Организация и проведение маркетингового исследования.

Организация сбора информации и общие принципы проведения исследований поведения потребителей. Планирование исследования и его реализация. Принципы формулировки исследовательской проблемы. Проблема и определение исследовательских задач. Разбор примеров формулировок проблемы исследования.

Формулирование цели исследования. Постановка задач. Формулировка гипотез. Требования к эмпирическим данным. Понятие выборки и ее определение.

Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях и условия их применения. Качественный и количественный подходы к получению информации.

Количественные методы в маркетинговых исследованиях. Формализованное интервью: особенности применения; специфика различных схем реализации метода. Групповые интервью. Анкетирование. Использование различных методов, их возможности и ограничения. Типы вопросов, используемых в ходе сбора данных. Качественные методы в маркетинговых исследованиях: возможности и ограничения. Фокус-группы как метод получения данных для решения широкого спектра маркетинговых задач: возможности и ограничения. Неформализованное интервью. Возможности использования этнографического метода в маркетинговых исследованиях. Экспертные интервью.

Измерение потребительского поведения и принципы разработки инструментария маркетинговых исследований.

Проблемы измерения, возникающие в маркетинговых исследованиях. Понятие уровня измерения и шкалирования. Классификация шкал. Вопрос как инструмент получения эмпирических данных. Функции вопроса. Критерии оценки вопроса. Требования к формулировке вопроса. Виды вопросов. Общий вид и структура анкеты. Порядок вопросов в анкете. Построение блоков вопросов. Специфические способы графического оформления и макетирования анкеты. Контроль сбора данных. Оценка качества полученной в ходе исследования информации.

Принципы организации и проведения маркетингового исследования. Общие требования к используемому инструментарии. Принципы подготовки инструментария. Пилотаж и схема его реализации. Подготовка интервьюеров и контроль качества их работы. Возможности снижения числа отказов от проведения интервью. Кодировка и ввод данных: общие принципы, сложности, возникающие в процессе работы, и возможности их разрешения.

Потребительское поведение как объект изучения и анализа. Определение целевых сегментов. Роль маркетинговых исследований в выделении целевых сегментов. Оценка эффективности позиционирования. Тестирование товара. Управление брендом. Анализ работы конкурентов. Анализ деятельности компании. Выявление возможностей и анализ перспектив развития имеющегося продуктового портфеля. Традиционные схемы анализа: SWOT, оценка привлекательности рынка и т.п. Стратегии ценообразования. Оценка эффективности продвижения.

Интернет-маркетинг. Теория и практика изучения аудитории интернета. Развитие Интернета в России: основные показатели и методики исследования. Аудитория Интернет в России: количество, качество, динамика роста и прогнозы. Интернет как инструмент исследований. Маркетинговые исследования в сети. Количественные исследования. Качественные исследования в интернет. Проблематика, инструментарий.

Раздел 3. Методы анализа данных маркетинговых исследований.

Трансформация результатов исследований в решения. Первичная обработка полученных данных. Типологизация данных качественных исследований. Принципы анализа данных. Понятие связей. Подходы к выявлению закономерностей. Возможности установления причинных зависимостей в маркетинговых исследованиях. Общий обзор методов многомерного анализа данных и популярности их применения.

Принятие решений в сфере маркетинга. Требования к составлению отчета. Структура отчета. Способы представления данных. Разные форматы отчетов и основные принципы подачи

информации. Особенности выводов и практических рекомендаций в отчете. Использование результатов маркетинговых исследований. Рекомендации и решения.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180
Аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции	0,89	32
Практические занятия	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,2
Курсовая работа		35,8
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60
Экзамен	1,0	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4
Подготовка к экзамену		35,6
Вид контроля:	Экзамен	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции	0,89	24
Практические занятия	0,44	12
Самостоятельная работа:	2,67	72
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,15
Курсовая работа		26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		45
Экзамен	1,0	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,3
Подготовка к экзамену		26,7
Вид контроля:	Экзамен	

ПРАКТИКИ

Аннотация рабочей программы учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (Б2.В.01(У))

1. Цель учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков – расширение объема знаний обучающихся по выбранному направлению и получение первичных профессиональных умений и навыков путем самостоятельного творческого выполнения задач, поставленных программой практики.

В соответствии с ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), календарными графиками учебного процесса РХТУ им. Д. И. Менделеева и рабочими программами, учебная практика является концентрированной и проходит во 2-м семестре (72 часа) и в 4-м семестре (108 часов) для очной формы обучения и в 4-м семестре (108 часов) и в 6-м семестре (72 часа) для заочной формы обучения.

2. В результате прохождения учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

- социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- принципы современных систем менеджмента;
- основы межкультурных отношений в менеджменте;
- экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков.

Уметь:

- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;
- осуществлять деловое общение: иметь представление о принципах подготовки публичных выступлений, совещаний, особенностях электронных коммуникаций;
- эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;
- составлять отчёт о прохождении учебной практики.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками выступлений перед учебной аудиторией.

3. Краткое содержание учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д.И. Менделеева учебная практика является обязательной.

Учебная практика проводится в форме экскурсий, семинаров, консультаций, проводимых руководителем практики или по личной инициативе студентов, которые позволяют студентам ознакомиться со своей будущей профессией и деятельностью фирм, предприятий, организаций.

Во время практики студенты должны получить общие (начальные) представления о системе управления предприятия (организации), видах производимых работ, услуг, товаров, хозяйственных связях предприятия, порядке его взаимодействия с государственными органами, партнерами и социальной средой.

Студенты обеспечиваются доступом к справочно-информационным фондам, библиотечным фондам и методическим фондом РХТУ им. Д.И. Менделеева в разрезе индивидуальных заданий практики, а также литературными и сведениями других источников.

На период прохождения учебной практики каждый студент получает индивидуальное задание. Темы заданий выбираются студентами с учетом их склонностей и утверждаются преподавателем, ответственным за учебную практику. Содержанием учебных заданий практики могут быть темы, связанные с подготовкой учебно-методических и демонстрационных материалов кафедры. Контроль

и консультации по выполнению индивидуальных заданий осуществляют преподавателем, ответственным за учебную практику.

Рекомендуемыми темами индивидуальных заданий являются:

- Особенности развития предпринимательства (на примере региона, отрасли).
- Особенности взаимодействия организации с заинтересованными сторонами (в том числе, в историческом контексте).
- Организационная структура предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Ресурсы организации.
- Политика стимулирования персонала организации
- Политика управления персоналом предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Информация как один из важнейших элементов ресурсной базы предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Менеджер и его функциональные обязанности.
- Функция планирования на предприятии (в организации, учреждении).
- Контроль как одна из функций менеджмента (рассмотреть в рамках любого субъекта хозяйствования).
- Основные экономические показатели деятельности организации.

4. Объем учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	5	180
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	5	180
Контактная самостоятельная работа	5	0,4
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		179,6
Виды контроля:	Зачеты	
В том числе по семестрам		
2 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	2	72
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-

Самостоятельная работа (СР):	2	72
Контактная самостоятельная работа	2	0,2
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		71,8
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	3	108
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	3	108
Контактная самостоятельная работа	3	0,2
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		107,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	5	135
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	5	135
Контактная самостоятельная работа	5	0,3
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		134,7
Виды контроля:	Зачеты	
В том числе по семестрам		
2 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	2	54
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	2	54
Контактная самостоятельная работа	2	0,15
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		53,85
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	3	81
Контактная работа - аудиторные занятия:	-	-
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	3	81
Контактная самостоятельная работа	3	0,15
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики		80,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы производственной практики: практики по получению профессиональных умений и навыков (Б2.В.02(П))

1. Цель производственной практики: практики по получению профессиональных умений и навыков – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности путем самостоятельного творческого выполнения задач, поставленных программой практики, подготовка студента к решению профессиональных управленческих задач в организациях любой организационно-правовой формы, а также в органах государственного (муниципального) управления.

Производственная практика студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» является важной составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и проводится на базе предприятий и организаций различных организационно-правовых форм, а также отраслевых, функциональных, территориальных органов исполнительной власти по профилю подготовки студентов Университета.

В соответствии с ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), календарными графиками учебного процесса РХТУ им. Д. И. Менделеева и рабочими программами, производственная практика проходит в 6-м семестре (144 часа, концентрированная) для очной формы обучения и в 8-м семестре (144 часа, концентрированная) для заочной формы обучения. Практика может быть проведена непосредственно в Университете.

2. В результате прохождения производственной практики: практики по получению профессиональных умений и навыков обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- 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 (ПК-10).
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям и формирование информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11).

Знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур и принципы их проектирования;
- принципы организации системы управления финансами в организации;
- факторы, влияющие на положение компании на рынке.

Уметь:

- анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности организации;
- организовать связи с деловыми партнерами, используя современные информационные системы;
- составлять отчет о прохождении производственной практики.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- методами реализации основных управленческих функций;
- методами анализа финансовой отчетности;
- навыками деловых коммуникаций.

3. Краткое содержание производственной практики: практики по получению профессиональных умений и навыков.

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д.И. Менделеева производственная практика является обязательной.

Основной формой проведения практики является выполнение студентами на рабочих местах программ производственной практики и индивидуальных заданий.

Во время практики студенты должны получить общее представление о системе управления предприятия (организации), видах производимых работ, услуг, товаров, хозяйственных связях предприятия, порядке его взаимодействия с государственными органами, партнерами и социальной средой.

В период прохождения производственной практики студенты:

- приобретают и закрепляют на практике профессиональные знания, организаторские навыки, опыт работы в организациях (предприятиях) разных организационно-правовых форм и государственных органах города Москвы;
- изучают организационную структуру и нормативно-правовую базу деятельности объекта практики;
- исследуют особенности работы менеджеров на различных уровнях руководства организации (предприятия) по месту прохождения практики;
- знакомятся с бизнес-процессами хозяйственной и финансовой деятельности объекта практики;
- изучают алгоритм и методику принятия управленческих решений в организации (предприятии) по месту прохождения практики;
- оставляют отчет по практике.

Практики по направлению 38.03.02 «Менеджмент» проводятся в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Ответственность за создание необходимых условий для проведения производственной практики и выполнения программ и индивидуальных заданий студентами несут руководители организаций, в которых производственная практика проводится. Использование студентов не по назначению и на должностях и работах, не связанных с выполнением программ практики, не допускается.

В зависимости от того, в каких конкретных организациях обучающиеся по программам бакалавриата проходят производственную практику, формирование общего пакета знаний, умений и навыков может проходить на различных стадиях подготовки. Общая сумма знаний, умений, навыков и итоговые компетенции формируются индивидуально; при этом руководители практики следят за последовательным ростом профессиональных компетенций.

4. Объем производственной практики: практики по получению профессиональных умений и навыков.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	-	-
Самостоятельная работа:	4	144
Контактная самостоятельная работа	4	0,2
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе производственной практики		143,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость практики по учебному плану	4	108

Контактная работа – аудиторные занятия:	-	-
Самостоятельная работа	4	108
Контактная самостоятельная работа	4	0,15
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе производственной практики		107,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы преддипломной практики (Б2.В.03(Пд))

1. Цель преддипломной практики – выполнение выпускной квалификационной работы, применение студентами полученных в университете знаний, умений в реальных условиях действующей организации и совершенствование на этой основе первичных практических навыков, компетенции. В период преддипломной практики происходит апробация в реальных условиях полученных знаний по дисциплинам основной профессиональной образовательной программы по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль – «Маркетинг»; приобретение профессиональных навыков управления организацией и сбор первичных материалов для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. В результате прохождения преддипломной практики обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).
- владением 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);
- 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- 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 (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

- способностью 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).
- владением 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, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением 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);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением 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);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью 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);
- 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 (ПК-10);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- 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) (ПК-12);
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Знать:

- сущность, функции, принципы процесса управления различного уровня в организации;
- методы мониторинга и анализа внешней и внутренней среды организации, оценки факторов, влияющих на результаты ее деятельности, подходы к разработке и реализации стратегии и программ развития;
- основы реинжиниринга бизнес-процессов, реструктуризации системы управления;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности применения методов оценки стоимости бизнеса, инвестиционных проектов;
- нормативные и правовые документы, практику их применения в управленческой деятельности.

Уметь:

- осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку;
- проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления организацией планировать, организовывать деятельность сотрудников, распределять и делегировать полномочия, контролировать реализацию управленческих решений;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;
- находить организационно-управленческие решения проблем развития организаций;
- оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций.

В зависимости от того, в каких конкретных организациях обучающиеся по программам бакалавриата проходят преддипломную практику, формирование общего пакета знаний, умений и навыков может проходить на различных стадиях подготовки. Общая сумма знаний, умений, навыков и итоговые компетенции формируются индивидуально; при этом руководители практики следят за последовательным ростом профессиональных компетенций.

3. Краткое содержание преддипломной практики.

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д. И. Менделеева преддипломная практика является обязательной.

На период прохождения преддипломной практики каждый студент получает индивидуальное задание. Темы заданий выбираются студентами с учетом их наклонностей и утверждаются

преподавателем, ответственным за практику. Контроль и консультации по выполнению индивидуальных заданий осуществляют преподавателем, ответственным за практику.

По окончании практики каждый студент защищает отчет о ее прохождении. По результатам защиты отчета преподавателем-руководителем практики выставляется соответствующая оценка (зачет с оценкой).

Каждый студент заранее, либо самостоятельно находит базовую организацию – место прохождения практики, и согласовывает ее с выпускающей кафедрой и факультетом, либо получает направление на прохождение практики на выпускающей кафедре. Отношения с организацией – местом практики регламентируются типовым договором, форма которого разработана и утверждена руководством Университета. Подписание обеими сторонами один экземпляр договора передается студентом на выпускающую кафедру, другой остается у базовой организации.

Выпускающая кафедра факультета менеджмента назначает руководителей практики, являющихся одновременно научными руководителями ВКР, которые выдают индивидуальные задания на практику с учетом особенностей деятельности базовой организации и консультируют закрепленных студентов в процессе прохождения практики и подготовки отчета.

В процессе прохождения практики студенты выполняют полученные задания, включая сбор и обобщение материала для выполнения ВКР. Организационные и методические вопросы решаются на общем собрании, которое проводится кафедрой до начала практики, а также на встречах (консультациях) с закрепленными руководителями.

4. Объем преддипломной практики.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	9	324
Контактная работа – аудиторные занятия:	-	-
Самостоятельная работа:	9	324
Контактная самостоятельная работа	9	0,2
Индивидуальное задание		72
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе преддипломной практики		251,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	9	243
Контактная работа – аудиторные занятия:	-	-
Самостоятельная работа	9	243
Контактная самостоятельная работа	9	0,15
Индивидуальное задание		54
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе преддипломной практики		188,85
Вид контроля:	Зачет	

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ: ПОДГОТОВКА К СДАЧЕ И СДАЧА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА (Б3.Б.01(Г))

1. Цель государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена – выявление соответствия качества сформированных у обучающегося компетенций требованиям к результатам освоения образовательной программы согласно федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования.

2. В результате прохождения государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена у студента проверяется сформированность следующих компетенций, а также следующих знаний, умений и навыков, позволяющих оценить степень готовности обучающихся к дальнейшей профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4); способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).
- владением 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); 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

- 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 (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью 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).
- владением 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, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением 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);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением 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);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью 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);
- 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 (ПК-10);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- 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) (ПК-12);
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и основной образовательной программой по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилю «Маркетинг» выпускник должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка системы внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности; оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

- разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;
- организация и ведение предпринимательской деятельности.

3. Краткое содержание государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдачи

государственного экзамена.

Подготовка к государственному экзамену осуществляется на протяжении всего времени обучения студента по выбранному направлению подготовки.

Государственный экзамен представляет собой итоговое испытание по профессионально ориентированным междисциплинарным проблемам, который устанавливает соответствие подготовленности выпускника требованиям федерального образовательного стандарта.

Экзамен открывают члены государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Для более эффективной подготовки к государственному экзамену по дисциплинам профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 Менеджмент на заключительном этапе обучения следует руководствоваться представленным ниже материалом по каждой из дисциплин, включенных в государственный экзамен.

Форма проведения государственного экзамена – комплексный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, который проводится в письменной форме и включает теоретические вопросы.

Общее количество теоретических вопросов для государственного экзамена бакалавров определяется количеством выпускников, допущенных к сдаче ГЭ.

Экзаменационные задания (билеты) выдаются студенту непосредственно на экзамене. После ответа студента могут быть заданы дополнительные или уточняющие вопросы, которые фиксируются в протоколе.

Время на подготовку выпускника к ответу на поставленные в билете вопросы составляет 2 академических часа.

Ответы готовятся для изложения в устном виде, основное содержание ответа излагается в письменном виде на соответствующем бланке, который заверяется личной подписью студента.

Для устного изложения ответа каждый студент получает не менее 0,25 часа (15 минут). Члены комиссии могут задавать вопросы, касающиеся содержания вопросов билета, а также дополнительные вопросы, не имеющие прямого отношения к содержанию вопросов билета, но связанные с программой экзамена. В том случае, если студент не готов к ответу на все вопросы билета, ему не может быть предоставлено права повторного получения другого экзаменационного билета. В таком случае ему выставляется оценка «неудовлетворительно» с занесением в экзаменационную ведомость, протокол заседания ГЭК.

По завершении государственного экзамена государственная экзаменационная комиссия в течение 1 часа после проведения экзамена на закрытом заседании обсуждает согласованную итоговую оценку. Оценки формируются на основе ответов на поставленные в билете вопросы по методике, утвержденной в программе экзамена. Решение об итоговой оценке принимается коллегиально на основании критериев оценки ответа. В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке, решение экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов: при равном числе голосов голос председателя является решающим.

Итоговая оценка по экзамену сообщается студенту, проставляется в протокол экзамена и зачетную книжку студента где, также как и в протоколе, расписывается председатель и члены экзаменационной комиссии. В протоколе экзамена фиксируются также номер и вопросы экзаменационного билета, по которым проводился экзамен.

В период подготовки к государственному экзамену студентам предоставляются обзорные лекции и необходимые консультации по дисциплинам, вошедшим в программу государственного экзамена, на которых рассматриваются наиболее сложные вопросы, вынесенные на экзамен.

Методика выставления оценки базируется на совокупной оценке ответа экзаменуемого, сформированной на основе независимых оценок, поставленных каждым членом комиссии.

4.Объем государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена.

Очная и заочная формы обучения

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость ГЭ по учебному плану	2	72
Контактная работа (КР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	2	72
Контактная работа – итоговая аттестация	2	0,67
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ГЭ)		71,33
Вид контроля:	сдача ГЭ	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость ГЭ по учебному плану	2	54
Контактная работа (КР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	2	54
Контактная работа – итоговая аттестация	2	0,5
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ГЭ)		53,5
Вид контроля:	сдача ГЭ	

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ: ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ (Б3.Б.02(Д))

1. Цель государственной итоговой аттестации: защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты – выявление уровня теоретической и практической подготовленности выпускника вуза к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. В результате прохождения государственной итоговой аттестации: защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты у студента проверяется сформированность следующих компетенций, а также следующих знаний, умений и навыков, позволяющих оценить степень готовности обучающихся к дальнейшей профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

- владением 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);
- 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- 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 (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью 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).
- владением 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, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением 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);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением 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);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью 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);

- 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 (ПК-10);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- 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) (ПК-12);
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Завершающим этапом обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профилю «Маркетинг» является защита выпускной квалификационной работы бакалавра.

В результате прохождения государственной итоговой аттестации (выполнения выпускной квалификационной работы) студент должен:

Знать:

- знать понимать и решать профессиональные задачи организационно-управленческого и информационно-аналитического характера в области производственного менеджмента;
- основные требования к представлению результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

Уметь:

- самостоятельно выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость проблемы, проводить экспериментальные исследования, анализировать и интерпретировать полученные результаты;
- осуществлять поиск, обработку и анализ информации по теме выполняемой работы, в том числе с применением современных технологий;
- использовать современные методы принятия решений в управлении деятельностью организаций для решения профессиональных задач;

Владеть:

- методологией и методикой проведения научных исследований; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
- приёмами стратегического, количественного и качественного анализа базовой информации для решения производственных и управленческих задач в сфере профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание государственной итоговой аттестации: защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Государственная итоговая аттестация: защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты проходит в 8 семестре для студентов очной формы обучения и в 10 семестре для студентов заочной формы обучения на базе знаний, умений и навыков, полученных студентами при изучении дисциплин направления 38.03.02 Менеджмент и прохождения практик.

Государственная итоговая аттестация: защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты проводится государственной экзаменационной комиссией (ГЭК).

Контроль уровня сформированности компетенций обучающихся, приобретенных при освоении ООП, осуществляется путем проведения защиты выпускной квалификационной работы (ВКР) и присвоения квалификации «бакалавр».

4. Объем государственной итоговой аттестации: защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Программа относится к базовой части учебного плана, к блоку 3 Государственная итоговая аттестация» БЗ.Б.02(Д) и рассчитана на сосредоточенное прохождение в 8 семестре (4 курс) для студентов очной формы и в 10 семестре (5 курс) для студентов заочной формы обучения в объеме 216 ч (6 ЗЕТ). Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области маркетинга.

Очная и заочная формы обучения

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость ГИА по учебному плану	6	216
Контактная работа (КР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	6	216
Контактная работа – итоговая аттестация	6	0,67
Выполнение, написание и оформление ВКР		215,33
Вид контроля:	защита ВКР	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость ГИА по учебному плану	6	162
Контактная работа (КР)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	6	162
Контактная работа – итоговая аттестация	6	0,5
Выполнение, написание и оформление ВКР		161,5
Вид контроля:	защита ВКР	

ФАКУЛЬТАТИВЫ

Аннотация рабочей программы дисциплины «Гражданская защита в чрезвычайных ситуациях» (ФТД.В.01)

1. Цель дисциплины - подготовить студента к осмысленным практическим действиям по обеспечению своей безопасности и защиты в условиях возникновения чрезвычайной ситуации природного, техногенного и военного характера.

Задача изучения сводится к формированию умений и навыков, позволяющих на основе изучения опасных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и

военного характера, других опасностей умело решать вопросы своей безопасности с использованием средств системы гражданской защиты.

2. В результате освоения дисциплины студент должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8);
- способностью 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).

Знать:

- характеристики природных бедствий, техногенных аварий и катастроф на радиационно, химически и биологически опасных объектах, поражающие факторы других опасностей;
- основы воздействия опасных факторов чрезвычайных ситуаций на человека и природную среду, допустимые предельные критерии негативного воздействия;
- меры безопасного поведения при пребывании в районах (зонах) пожаров, радиоактивного, химического и биологического загрязнения;
- способы и средства защиты человека от воздействия поражающих факторов чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и военного характера.

Уметь:

- использовать средства защиты органов дыхания и кожи, медицинские для самозащиты и оказания помощи другим людям;
- применять первичные средства пожаротушения для локализации и тушения пожара, возникшего в аудитории (лаборатории);
- оказывать себе и другим пострадавшим медицинскую помощь с использованием табельных и подручных медицинских средств.

Владеть:

- приёмами проведения частичной санитарной обработки при выходе из района (зоны) радиоактивного, химического и биологического загрязнения (заражения);
- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях.

3. Краткое содержание дисциплины.

1. Опасности природного характера. Стихийные бедствия, явления природы разрушительной силы - землетрясения, наводнения, селевые потоки, оползни, снежные заносы, извержение вулканов, обвалы, засухи, ураганы, бури, пожары.

2. Опасности техногенного характера. Аварии и катастрофы на радиационно опасном объекте, химически опасном объекте, биологически опасном объекте; на транспорте (железнодорожном, автомобильном, речном, авиационном); на гидросооружениях; на коммунальных системах жизнеобеспечения.

3. Опасности военного характера. Применение оружия массового поражения (ядерного, химического, биологического), обычных средств с зажигательным наполнением, новых видов оружия. Зоны заражения от средств поражения и их воздействие на население и окружающую природную среду.

4. Пожарная безопасность – состояние защищенности населения, имущества, общества и государства от пожаров. Пожарная опасность (причины возникновения пожаров в зданиях, лесные пожары). Локализация и тушение пожаров. Простейшие технические средства пожаротушения (огнетушители ОП -8, ОУ-2) и правила пользования ими.

5. Комплекс мероприятий гражданской защиты населения.

Оповещение и информирование населения об опасности. Принятие населением сигналов оповещения («Внимание всем!», «Воздушная тревога», «Радиационная опасность», «Химическая тревога», «Отбой опасности») и порядок действия по ним. Эвакуация населения из зоны опасности. Способы эвакуации Экстренная эвакуация студентов из аудитории при возникновении пожара.

Средства индивидуальной защиты органов дыхания (ГП-7, ГП-7В, ГП-9, Р-2, У-2К, РПА-1, РПГ-67М, РУ-60М, «Феникс», ГДЗК, ДПГ, ДПГ-3, ПЗУ-К, ИП-4М, ИП-5, ИП-6, КИП-8), кожи (Л-1, ОЗК, КИХ-4М, КИХ-5М) человека. Медицинские средства защиты.

Средства коллективной защиты населения. Назначение, защитные свойства убежищ. Противорадиационные укрытия (ПРУ, подземные пешеходные переходы, заглубленные станции метрополитена), простейшие укрытия (траншеи, окопы, перекрытые щели). Правила занятия убежища.

6. Оказание первой медицинской помощи при ожогах, ранениях, заражениях. Проведение частичной санитарной обработки кожных покровов человека при выходе из зон радиоактивного, химического и биологического заражения (загрязнения), из зон пожаров.

7. Ликвидация последствий чрезвычайной ситуации. Радиационная и химическая разведка очага поражения (заражения). Аварийно-спасательные работы. Специальная обработка техники, местности, объектов (дезактивация, дегазация, дезинфекция, дезинсекция).

8. Экстренная эвакуация из аудитории (лаборатории) в условиях пожара, радиационного, химического, биологического загрязнения территории с использованием простейших средств защиты («Феникс», ГДЗК, противогаз ГП-7 с ДПГ-3).

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	1	36
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16
Лекции	0,44	16
Практические занятия	-	-
Самостоятельная работа:	0,56	20
Контактная самостоятельная работа	0,56	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		19,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	1	27
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	12
Лекции	0,44	12
Практические занятия	-	-
Самостоятельная работа	0,56	15
Контактная самостоятельная работа	0,56	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		14,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Перевод научно-технической литературы» (ФТД.В.02)

1. Цель дисциплины – приобретение обучающимися общей, коммуникативной и профессиональной компетенций, уровень которых на отдельных этапах языковой подготовки позволяет выполнять различные виды профессионально ориентированного перевода в производственной и научной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. (ОК-4);

- 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).

Знать:

- основные способы достижения эквивалентности в переводе;
- основные приемы перевода;
- языковую норму и основные функции языка как системы;
- достаточное для выполнения перевода количество лексических единиц, фразеологизмов, в том числе социальных терминов и лингвострановедческих реалий;

Уметь:

- применять основные приемы перевода;
- осуществлять письменный перевод с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм;
- оформлять текст перевода в компьютерном текстовом редакторе;
- осуществлять перевод с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм текста перевода и темпоральных характеристик исходного текста;

Владеть:

- методикой предпереводческого анализа текста, способствующей точному восприятию исходного высказывания;
- методикой подготовки к выполнению перевода, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях;
- основами системы сокращенной переводческой записи при выполнении перевода;
- основной иноязычной терминологией специальности;
- основами реферирования и аннотирования литературы по специальности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Раздел 1. Основные лексические и стилистические закономерности перевода научно-технической литературы.

1.1 Лексические закономерности научно-технического перевода. Смысловой анализ научно-технического текста и его сегментация. Стилистические особенности научно-технических текстов. Преодоление трудностей, связанных с расхождением синтаксических структур иностранного и русского технических текстов.

1.2 Сравнение порядка слов в английском и русском предложениях. Перевод слов, установление значения слова. Перевод свободных и фразеологических словосочетаний. Перевод заголовков текстов и статей

1.3 Сокращения. Особенности их перевода. Развитие навыков перевода на примере текстов по теме «Химическая лаборатория» «Измерения в химии».

1.4. Лексические трансформации при переводе текстов по тематике химии и химической технологии.

Раздел 2. Основные грамматические особенности перевода.

2.1. Особенности перевода предложений во времена Indefinite, Continuous., Perfect, Perfect Continuous на примере перевода текстов по тематике химической технологии Перевод придаточных предложений.

2.2. Методы и приемы перевода страдательного залога на примере перевода текстов по теме "Технологии будущего".

2.3. Типы условных предложений, правила и особенности их перевода. Практика перевода условных предложений на примерах текстов по различным разделам химии и химической технологии.

2.4. Модальные глаголы и особенности их перевода на примере перевода текстов «Технология», «Промышленное оборудование»

Раздел 3. Особенности перевода предложений с неличными формами глагола

3.1 Инфинитив (неопределенная форма глагола). Роль инфинитива в предложении и варианты перевода на русский язык. Причастия и герундий. Варианты перевода на русский язык.

3.2 Инфинитивные обороты. Оборот дополнение с инфинитивом. Оборот подлежащее с инфинитивом. Различные варианты перевода.

3.3 Перевод причастных оборотов. Абсолютный причастный оборот и варианты перевода. Развитие навыков перевода в сфере химии и химической технологии.

Раздел 4. Особенности реферативного перевода

4.1. Алгоритм предпереводческой работы с научно-техническим текстом по химико-технологической тематике.

4.2. Алгоритм составления реферата по химико-технологической тематике (аннотации)

4.3. Алгоритм работы по реферативному переводу по химико-технологической тематике.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144
Аудиторные занятия:	1,78	64
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	64
Самостоятельная работа (СР):	2,22	80
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,6
Виды контроля:	Зачеты	

В том числе по семестрам		
3 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	2	72
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	
4 семестр	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость в семестре	2	72
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108
Аудиторные занятия:	1,78	48
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	48
Самостоятельная работа (СР):	2,22	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,7
Виды контроля:	Зачеты	
В том числе по семестрам		
3 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	2	54
Аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

4 семестр	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость в семестре	2	54
Аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР):	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	

Аннотация рабочей программы дисциплины «Введение в математику» (ФТД.В.03)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов базовых математических знаний, необходимых для дальнейшего изучения разделов высшей математики, а также для изучения ряда общенаучных дисциплин и дисциплин профессионального цикла.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию. (ОК-6);
- 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 (ПК-10).

Знать:

- основные методы исследования элементарных функций, их свойства и графики, тождественные преобразования алгебраических и тригонометрических выражений, способы решения уравнений и неравенств, элементы теории чисел, включая комплексные числа, и теории множеств, основы аналитической геометрии, векторной и линейной алгебры;

Уметь:

- приобретать новые математические знания, используя современные образовательные и информационные технологии, составлять математические модели типовых задач и находить способы их решений; уметь переводить на математический язык простейшие проблемы, поставленные в терминах других предметных областей;

Владеть:

- математической логикой, развитыми учебными навыками и готовностью к продолжению образования, умением читать и анализировать учебную математическую литературу, первичными навыками и методами решения типовых математических задач.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение.

Предмет и методы математики. Описание основных разделов курса. Правила и требования при изучении курса.

1. Элементы теории чисел и теории множеств. Действия над многочленами. Основные типы уравнений и неравенств, методы их решения. Числа (целые, отрицательные, вещественные). Абсолютная величина действительного числа. Комплексные числа. Операции над ними. Множества и операции над ними. Элементы множества, подмножества. Числовые множества. Формулы Муавра и Эйлера. Извлечение корня n -ой степени из комплексного числа. Решение уравнений квадратных и высших порядков. Рациональная дробь. Основная теорема алгебры. Тригонометрические уравнения и неравенства. Логарифмические уравнения и неравенства. Показательные уравнения и неравенства. Решение уравнений и неравенств смешанного типа.

2. Функции и их свойства. Простейшие элементарные функции. Некоторые вопросы планиметрии и стереометрии. Аналитическая геометрия. Исследование функции. Способы задания функций. Обратные функции. Свойства элементарных функций. (линейные, квадратичные, степенные, показательные, логарифмические, тригонометрические и другие) Метод координат на плоскости. Декартова прямоугольная система координат, полярная система координат. Расстояние между двумя точками. Деление отрезка пополам. Угол между двумя прямыми на плоскости. Условия параллельности и перпендикулярности прямых. Уравнения прямой линии на плоскости: общее, с угловым коэффициентом, проходящей через данную точку в заданном направлении, проходящей через две данные точки. Расстояние от точки до прямой. Кривые второго порядка. Канонические уравнения и графики окружности, эллипса, гиперболы, параболы.

3. Векторная алгебра.

Векторы. Модуль вектора. Орты, направляющие косинусы. Операции над векторами. Скалярное произведение двух векторов. Векторное произведение двух векторов. Смешанное произведение трех векторов. Физическое и геометрическое приложение векторных произведений.

4. Линейная алгебра.

Матрицы. Операции над матрицами. Элементарные преобразования строк матрицы. Приведение матрицы к ступенчатому виду и виду Гаусса. Ранг матрицы. Определитель матрицы и его свойства. Обратная матрица. Решение систем линейных алгебраических уравнений (с помощью обратной матрицы, методом Гаусса, методом Крамера). Понятие о линейных векторных пространствах. Собственные векторы и собственные значения матрицы.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72
Аудиторные занятия:	0,89	32
Лекции (Лек)	0,45	16
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	1,11	40
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8
Вид контроля:	Зачет	

Виды учебной работы	Всего	
	В зачетных единицах	В астр. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54
Аудиторные занятия:	0,89	24
Лекции (Лек)	0,45	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Самостоятельная работа (СР):	1,11	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		29,85
Вид контроля:	Зачет	