

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«История России»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой отечественной и всеобщей истории.

Основывается на базе дисциплин образовательной программы общего среднего образования.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Социология», «Основы государственной политики».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины «История России» – формирование развитой личности, способной к самоидентификации, определению ценностных приоритетов на основе осмысления исторического опыта «родины», своей страны и человечества в целом, осознающей себя субъектом исторического развития, гражданином-патриотом, владеющей способностью активно и творчески применять исторические знания в учебной и практической деятельности.

Задачами, решаемыми при реализации цели, являются:

овладение студентами системными базовыми знаниями основных этапов развития отечественной истории с древнейших времен до наших дней, а также о важнейших достижениях в социальной, экономической, общественно-политической, духовной сферах общества на разных этапах его исторического развития в контексте мировой истории;

развитие активной гражданской позиции, этнонациональной, социальной, культурной самоидентификации;

формирование у студентов патриотических качеств: любви к Родине, уважения к истории своего народа; этнической и религиозной толерантности, гуманизма; правопослушности и политической культуры;

развитие этнорегионального самосознания путем формирования образа «малой родины», Отечества, воспитания у студентов стремления преумножать ее исторические традиции;

развитие умений и навыков анализировать различные источники информации, систематизировать и классифицировать основные исторические понятия, выявлять причинно-следственные связи;

формирование умения применять исторические знания при осмыслении сущности современных общественных явлений, а также в общении с другими людьми в современном поликультурном, полиэтническом и многоконфессиональном обществе, прогнозировать возможные последствия исторических событий и явлений.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-5) выпускника.

Содержание дисциплины: История как наука. Древняя и Средневековая Русь. Централизованное московское государство XV-XVII

веков. Формирование абсолютистской монархии. Просвещенный абсолютизм России. Россия в первой половине XIX века. Великие реформы 60-70-х годов XIX века. Россия во второй половине XIX века. Россия в начале XX века. Россия в войнах и революциях начала XX века. СССР: становление и развитие советского общества и государства. Проведение социалистической модернизации. СССР как сверхдержава. «Перестройка» и реформы второй половины 1980-х – 1990-х гг. Развал СССР и утверждение Российской Федерации.

Земли Луганского края в период Древней Руси. Централизация славянских земель вокруг Москвы и Литвы. Формирование казачества (середина XVI – XVII вв.). Земли Луганского края в XVIII веке. Развитие Донбасса в первой половине XIX века. Буржуазно-демократические реформы второй половины XIX века. Донбасс на рубеже XIX – XX вв. Первая мировая война. Великая Российская революция 1917 г. и события в Донбассе. ДКР и Гражданская война. Донбасс в 1920-е годы: нэп и коренизация. Донбасс в 1930-е годы: индустриализация и коллективизация. Великая Отечественная война (1941-1945 гг.). Послевоенное развитие: восстановление, хрущевские реформы, брежневская стабилизация. «Перестройка» и распад СССР (1985-1991 гг.). Донбасс в 1991-2014 гг. Становление и развитие Луганской Народной Республики.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4,0 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Философия»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой «Мировая философия и теология». Основывается на базе дисциплин: «История России».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология».

Цели и задачи дисциплины.

Цель освоения учебной дисциплины «Философия» – получить целостное представление о специфике философского знания, особенностях решения философией проблем, которые волнуют человечество, раскрыть творческую роль философии в современной культуре, обосновать необходимость усвоения философского знания.

Задачи: ознакомление с основами теории философии, получить представления о философии и ее языке, средствах и методах, понятиях и категориях, об истории философской мысли и ее современных проблемах, что позволит им ориентироваться в современном мире.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1, УК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Философия, круг ее проблем и роль в обществе. Философия Древнего Востока: Индия и Китай. Философия античного мира. Философия Средневековья. Философия эпохи Возрождения. Философия Нового времени. Немецкая классическая философия. Постклассическая философия. Отечественная философия. Основные направления современной философии. Проблема бытия в истории философии. Знание, сознание, познание. Диалектика, ее законы и категории. Человек как философская проблема. Культура и цивилизация.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Иностранный язык»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков.

Основывается на базе дисциплин образовательной программы общего среднего образования (иностранный язык).

Целью изучения дисциплины «Иностранный язык» является формирование и развитие у слушателей бакалавриата коммуникативных иноязычных навыков для их использования при решении профессиональных и научных задач и в повседневном общении; развитие умений правильного оформления мысли на иностранном языке с точки зрения фонетики, грамматики, лексики; развитие навыков устной и письменной коммуникации; совершенствование уровня владения иностранным языком для осуществления профессиональной и научной деятельности в иноязычной сфере.

Задачи дисциплины «Иностранный язык»:

- формирование социокультурной компетенции и поведенческих стереотипов, необходимых для успешной адаптации выпускников на рынке труда;
- развитие умения самостоятельно приобретать знания для осуществления профессиональной и научной коммуникации на иностранном языке;
- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию, к работе с мультимедийными программами, электронными словарями, иноязычными ресурсами сети Интернет;
- развитие когнитивных и исследовательских умений, расширение кругозора и повышение информационной культуры студентов;
- формирование основ межкультурной коммуникации, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- формирование позитивного отношения к овладению, как языком, так и

мировой культурой;

– формирование профессиональной компетенции путем ознакомления с различными методами и приемами обучения иностранному языку и путем привлечения к выполнению профессионально-ориентированных заданий.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

Семестр I.

Grammar: The sentence and its structure. Types of the sentences. The proposition in the structure of the sentence. The Noun: gender, number, case. The verb to be, to have. The construction there + to be. Classification of pronouns. Personal pronouns. Types of questions. The Numeral. The Adjective. The Indefinite Tenses. Active Voice. Modal Verbs. Continuous Tenses.

Topic: V. Dahl. Student's working day. Presentation of the oral topic.

Семестр II

Grammar: Perfect Tenses. Active Voice. Perfect Continuous Tenses. Perfect Continuous Tenses. The system of tenses. Active Voice. Passive Voice. Sequence of Tenses. Imperative Mood.

Topic: Our University. My future specialty. Presentation of the oral topic.

Семестр III

Grammar: The system of tenses. Active Voice. The system of tenses. Passive Voice. Word substitutes: one, it, that. Multiple-valued verbs: to be, to have, to do). The Infinitive. Forms. Complex Object. For-Noun- Infinitive Construction. Participle I. Forms. Participle I. Functions. Participle II. Functions. Participle I or Participle II. Participial Constructions.

Topic: Great Britain. The USA. Presentation of the oral topic.

Семестр IV

Grammar: The Gerund. Forms. The Gerund. Functions. The Gerund or the Infinitive. The Gerund or the Participle. Modal verbs + Perfect Infinitive. Modal Verbs for expressing probability and possibility. Polysemy of 'should', 'would'. Types of Subordinate clauses. Conjunctions. Prepositions. Word-connectors. Conjunctionless submission. Grammatical and structural peculiarities of profession-oriented texts.

Topic: Donbass. My native city. Presentation of the oral topic.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Русский язык в сфере деловой коммуникации»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина

реализуется кафедрой славянской филологии.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин русский язык, литература (школьный курс) и служит основой для освоения дисциплин гуманитарного, социального, экономического и профессионального цикла.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Русский язык в сфере деловой коммуникации» является формирование и развитие у будущего специалиста комплексной компетенции на русском языке, включающей не только профессиональные знания, навыки, умения, но также развитые социально-коммуникативные и собственно-коммуникативные способности, обеспечивающие творческий уровень профессиональной деятельности.

Задачи:

1. Повышение уровня культуры речевого поведения в сферах устной и письменной коммуникации;
2. Формирование необходимых языковых, социокультурных знаний в области коммуникативной компетенции будущего специалиста (виды общения, вербальные и невербальные средства коммуникации, коммуникативные барьеры, принципы коммуникационного сотрудничества и т.д.);
3. Формирование практических умений в области стратегии и тактики речевого поведения в различных формах и видах деловой коммуникации (письменные, устные формы и жанры речи; монологический, диалогический, полилогический виды речи).

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

История русского языка. Формы существования национального языка. Нормы современного русского литературного языка. Виды речи. Функциональные стили современного русского языка. Лексическая стилистика. Орфоэпические нормы. Особенности русской графики и орфографии. Правописная-строчная буква. Культура речи. Аудирование. Правописание приставок. Правописание частиц НЕ и НИ. Правописание разделительного Ъ и Ь. Правописание гласных в корне слова. Правописание согласных в корне слова. Правописание гласных после шипящих и Ц. Правописание имен существительных. Правописание имен прилагательных. Правописание числительных. Правописание местоимений. Правописание глаголов. Правописание причастий. Правописание наречий. Правописание предлогов, союзов и вводных слов. Правописание частиц (кроме НЕ и НИ). Правописание Н, НИ. Правописание сложных слов. Пунктуация. Пунктуация. Культура речи. Культура речи. Устный доклад.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Экономическая теория»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой управления персоналом и экономической теории.

Основывается на базе дисциплин образовательной программы общего среднего образования.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», «Макроэкономика» и «Микроэкономика».

Цель дисциплины – введение студентов в круг теоретических основ функционирования экономики, анализ объективных экономических закономерностей на уровне отдельных хозяйствующих субъектов и национальной экономики в целом.

Задачи:

теоретическое освоение студентами современных экономических концепций и моделей;

приобретение студентами практических навыков анализа ситуаций на конкретных рынках товаров и ресурсов, движения уровня цен и денежной массы;

рассмотрение формирования и эволюции современной экономической мысли;

ознакомление студентов с тем, как достигается высокая эффективность функционирования национальной экономики, полная занятость ресурсов.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-10),

общепрофессиональных компетенций (ОПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины:

Экономическая теория как наука: предмет и специфика методология. Типология экономических систем. Основные понятия собственности. Основные вопросы экономики. Рынок и его основные элементы. Деятельность фирмы, её издержки и доходы. Факторы производства и формы распределения доходов. Конкуренция и монополии. Общественное воспроизводство: цели, результаты, эффективность. Роль государства в современной экономике. Денежные кредиты и денежная политика. Социальная политика государства. Теории поведения производителей и организация.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Текущий контроль успеваемости в форме устного и письменного опросов, промежуточный контроль в форме тестового контроля, итоговой контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Макроэкономика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой управления персоналом и экономической теории.

Основывается на базе дисциплин «Экономическая теория», «История экономических учений».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Менеджмент», «Современные формы интеграционных процессов».

Цель дисциплины – введение студентов в круг теоретических основ функционирования экономики, ознакомление студентов с теорией достижения макроэкономического равновесия на рынках товаров, рабочей силы, денег, во внешнеэкономической сфере.

Задачи:

теоретическое освоение студентами современных экономических концепций и моделей;

выявление проблемных ситуаций на макроэкономическом уровне;

ознакомление студентов с тем, как достигается высокая эффективность функционирования национальной экономики, полная занятость ресурсов, умеренная инфляция благодаря продуманному макроэкономическому регулированию.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-10),

общепрофессиональных компетенций (ОПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины:

Макроэкономика как наука. Макроэкономические характеристики и показатели развития и равновесия национальной экономики. Экономическое равновесие макросистемы и факторы его определяющие. Макроэкономическая динамика и нестабильность экономической системы. Особенности стадий современных экономических циклов. Современные факторы экономического роста национальной экономики. Механизмы государственного регулирования макроэкономических процессов. Сущность и особенности функционирования современной финансовой системы государства. Институциональные особенности денежно-кредитной политики. Социально-экономические проблемы национальной экономики. Современные инфляционные процессы и безработица. Динамика и перспективы уровня жизни населения и социальная политика.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Текущий контроль успеваемости в форме устного и письменного

опросов, промежуточный контроль в форме тестового контроля, итоговой контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«История экономических учений»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство». Основывается на базе дисциплин: «История России», «Экономическая теория».

Дисциплина «История экономических учений» является общим теоретическим и методологическим основанием для всех экономических дисциплин, изучаемых впоследствии.

Целью изучения дисциплины «История экономических учений» является изучение истории становления и развития экономических идей, взглядов и воззрений, что позволяет получить представление об этапах и логике развития экономической науки и способствует пониманию происхождения, смысла и значения современных экономических взглядов и представлений.

Задачами изучения дисциплины «История экономических учений» является:

показать зарождение и развитие теоретических понятий; сравнить методологические подходы и теоретические позиции ведущих представителей различных школ, течений и направлений экономической мысли;

выработать углубленные знания вопросов возникновения, формирования и эволюции теорий экономической науки и проследить, как по мере становления и развития теории модифицируется экономическая политика, углубляется экономический анализ;

систематизировать материал, представленный в обширной экономической литературе, в соответствии со сформировавшимися направлениями экономической науки: неоклассическим, неокейнсианским, неолиберальным и неинституциональным;

сформировать навыки самостоятельных и нетенденциозных оценок развития мировой и отечественной экономической мысли;

сформировать общекультурные компетенции, направленные на овладение культурой мышления, способностью логически мыслить, анализировать, обобщать и оценивать исторические события и процессы.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-10) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные

разделы и темы:

Предмет и метод дисциплины «История экономических учений». Особенности экономических воззрений в традиционных обществах. Систематизация экономических знаний в период зарождения рыночных отношений: меркантилизм и физиократизм. Возникновение и расцвет классической политической экономии. Экономический либерализм первой половины XIX века. Экономические идеи представителей экономического романтизма и утопического социализма. Марксистская политическая экономия. Германская историческая школа. Маржиналистская революция. Формирование неоклассического направления экономической мысли. Американский институционализм. Теории монополистической и несовершенной конкуренции. Кейнсианская экономическая теория. Развитие экономической науки во 2-ой половине XX - начале XXI вв. Вклад российских ученых в развитие мировой экономической мысли. Экономическая мысль России советского периода.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Микроэкономика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой «Экономика предприятия».

Основывается на базе дисциплин: «Математика», «История экономических учений», «Экономическая теория» и «Макроэкономика».

Является основой для изучения дисциплин: «Экономика организаций», «Менеджмент», является общим теоретическим и методологическим основанием для всех экономических дисциплин, изучаемых впоследствии.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Микроэкономика» является формирование у будущих специалистов современного научного экономического мышления, знаний закономерностей поведения экономических субъектов в рыночных условиях, умения анализировать экономические ситуации и закономерности поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики для приобретения навыков разработки стратегии поведения экономических агентов на микроуровне, принятия обоснованных решений в условиях ограниченности средств и наличия альтернативных возможностей.

Задачи: формирование рыночно-ориентированного экономического кругозора участника общественного производства, способного к самостоятельной предпринимательской деятельности; овладение студентами

универсальным инструментарием принятия рациональных хозяйственных решений; формирование умения выбирать необходимые методы исследования, формирование умения анализировать рыночные закономерности, а также особенности поведения основных экономических агентов, закрепление навыков самостоятельного принятия решений, основанных на знаниях и умении критически оценивать состояние современной экономики.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-10),
общефессиональных компетенций (ОПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

Введение в микроэкономику. Предмет и методология микроэкономики. Полезность экономического блага. Экономический выбор. Анализ поведения потребителя. Спрос и предложение. Теория эластичности. Теория фирмы. Теория производства экономических благ. Издержки производства и анализ затрат. Теория рыночных структур. Совершенная конкуренция. Монопольный рынок. Рынок монополистической конкуренции. Олигополистическая структура рынка. Рынок факторов производства. Рынок труда. Рынок капитала и природных ресурсов. Рынок информационных ресурсов. Экономическая эффективность и благосостояние. Роль государства в микроэкономике.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Математика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой прикладной математики.

Основывается на базе дисциплин: элементарная математика (школьный курс алгебры, геометрии).

Является основой для изучения следующих дисциплин: специальные дисциплины.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Математика» является изложение основных положений математики, необходимых для понимания и использования основных законов естественнонаучных и экономических дисциплин в профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Математика» являются:

развитие логического и абстрактного мышления студентов;
овладение студентами методами исследования и решения математических задач, выработка у студентов умения самостоятельно расширять свои математические знания и проводить математический анализ

прикладных задач.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Линейная алгебра. Аналитическая геометрия. Математический анализ. Дифференциальные уравнения.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Статистика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой прикладной математики. Основывается на базе дисциплин: «Математика».

Является основой для изучения специальных дисциплин.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Статистика» является овладение студентами необходимым математическим аппаратом, помогающим анализировать, моделировать и решать прикладные задачи методами теории вероятностей, владеть современной методологией статистической оценки и анализа социально-экономических явлений и процессов.

Задачами изучения дисциплины «Статистика» являются:
развитие логического и абстрактного мышления студентов;
овладение студентами методами исследования и решения математических задач;

выработка у студентов умения самостоятельно расширять свои математические знания и проводить анализ прикладных задач.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1)

общепрофессиональных компетенций (ОПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Основные понятия математической статистики. Точечное оценивание. Проверка гипотез. Регрессия. Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных. Обобщающие статистические показатели. Средние величины и показатели вариации. Статистическое изучение рядов динамики. Индексы. Выборочное наблюдение в статистических исследованиях. Статистическое изучение взаимосвязи показателей. Система показателей экономической статистики. Понятие

группировок, классификаций и номенклатур в экономической статистике.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Бизнес-информатика»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой экономической кибернетики и прикладной статистики.

Основывается на базе школьных знаний по дисциплинам: «Информатика», «Алгебра», «Геометрия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Управление проектами», «Статистика», «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений», «Информационные системы и технологии в управленческой деятельности», «Прогнозирование и планирование в организации».

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины «Бизнес-информатика» является подготовка студентов к использованию современных информационных технологий, базирующихся на применении современных средств вычислительной техники и сетевых технологий в качестве инструмента для решения на высоком уровне практических задач в предметных областях экономики.

Задачами изучения дисциплины «Бизнес-информатика» являются:

изучение сущности и назначения прикладных информационных технологий управления бизнесом;

освоение методов и средств управления знаниями в современном бизнесе: получение, хранение, обработка и анализ данных;

освоение программного обеспечения бизнес-офиса организации; изучение основ электронного бизнеса.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1)

общепрофессиональных компетенций (ОПК-5, ОПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Введение в дисциплину. История, предмет, структура дисциплины. Информация, ее представление и измерение. Кодирование и шифрование информации. Математическое обеспечение технологий обработки экономической информации. Корпоративные информационные системы. Реляционные базы данных. Технологии искусственного интеллекта.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные

единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Безопасность жизнедеятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой охраны труда и безопасности жизнедеятельности.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Математика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология», «Психология», «Политология», «Правоведение», «Менеджмент персонала», «Операционный менеджмент».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), 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.

Задачами изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются:

приобретение понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;

овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;

формирование: культуры безопасности, риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;

культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;

готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;

мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности; способностей к оценке вклада своей предметной области в решение проблем безопасности;

способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-8) выпускника.

Содержание дисциплины:

Категорийно-понятийный аппарат по безопасности жизнедеятельности, таксономия опасностей. Риск, как количественная оценка опасностей. Управление БЖД. Правовые и организационные вопросы БЖД. Законодательная и нормативная база ЛНР. Международные нормы по БЖД. Обеспечение комфортных условий в производственной среде. Воздух рабочей зоны. Обеспечение комфортных условий в производственной среде. Естественное и искусственное освещение. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания. Защита человека от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Шум, вибрация, ультразвук, инфразвук. Ионизирующие и электромагнитные излучения. Электробезопасность. Основы техники безопасности. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации. Пожарная безопасность.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Экономика организации»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой экономики предприятия.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика», «Менеджмент».

Является логическим продолжением содержания ряда дисциплин обязательной части; части, формируемой участниками образовательных отношений, и служит основой для прохождения практик и написания выпускной квалификационной работы.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Экономика организации» является изучение экономического планирования и контроля на предприятии, методов обработки экономической информации и началами экономического анализа. Курс позволяет получить теоретические знания об экономике предприятия; прикладные знания в области развития форм и методов экономического управления предприятием в условиях рыночной экономики; навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

изучение форм, типов, масштабов предприятий (организаций) и содержания их экономической деятельности;

развитие практических навыков работы с экономической информацией;

формирование навыков экономического мышления в сфере деятельности предприятия (организации);

ознакомление с нормативной, методической, справочной литературой в области экономики предприятия;

формирование и систематизация знаний, позволяющих реализовать предпринимательскую деятельность.

Дисциплина нацелена на формирование
общефессиональных компетенций (ОПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Организация как субъект хозяйствования. Обоснование производственной программы предприятия. Основной капитал. Интеллектуальный капитал. Оборотный капитал. Персонал предприятия, производительность и оплата труда. Техничко-технологическая база и производственная мощность предприятия. Расходы предприятия, текущие и капитальные затраты, затраты на производство и сбыт. Финансово-экономические результаты субъектов хозяйствования.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зачётных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Учет и аудит»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой учета и аудита. Основывается на базе дисциплин: «Микроэкономика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Концепция эффективного управления организацией», «Менеджмент финансовой деятельности организаций».

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Учет и аудит» является формирование системы знаний по теории и практике ведения бухгалтерского учета на предприятии, приобретение умения использовать их при обосновании управленческих решений.

Задачами изучения дисциплины «Учет и аудит» являются:

изучение методов рациональной организации и ведения бухгалтерского учета на предприятиях на основе использования прогрессивных форм и национальных стандартов;

приобретение навыков разработки и использования учетной информации в управлении.

Дисциплина нацелена на формирование:
общефессиональных компетенций (ОПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Хозяйственный учет, его сущность и характеристика. Виды и методические приемы бухгалтерского учета. Счета бухгалтерского учета и двойная запись. Бухгалтерский баланс. Документация, инвентаризация на предприятиях. Бухгалтерский учет основных средств. Бухгалтерский учет производственных запасов. Бухгалтерский учет денежных средств. Учет труда. Расчеты по оплате труда. Оценка и калькуляция в системе бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет собственного капитала. Бухгалтерский учет обязательств. Бухгалтерский учет расходов деятельности предприятия. Бухгалтерский учет доходов и финансовых результатов. Финансовая отчетность.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Финансы»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой «Финансы и кредит».

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением содержания дисциплин: «Экономика организаций», «Региональная экономика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «ВЭД организации», «Стратегический менеджмент».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Финансы» является формирование у будущих специалистов современных фундаментальных знаний в области теории финансов, денег, кредита, банков, раскрытие исторических и дискуссионных теоретических аспектов, их сущности, функций, законов, роли в современной рыночной экономике.

Задачами изучения дисциплины «Финансы» являются:

изучение закономерностей денежного оборота и кредита;

изучение теории денег, сущности денежного оборота и его структуры, а также принципы организации наличных и безналичных расчетов, анализа денежного обращения, и взаимосвязи денежного рынка с реальным сектором экономики;

анализ процессов создания и тенденций построения и организации современных денежных, кредитных, банковских систем и их элементов;

формирование современного представления о месте и роли центральных и коммерческих банков в современной рыночной экономике;

формирование глубоких системных знаний в области теории финансов; овладение профессиональной терминологией, используемой в сфере

финансовых отношений;

формирование навыков анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и оценки возможного их развития в будущем;

формирование навыков сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных задач в сфере финансовых отношений;

ознакомиться с организацией процесса валютно-расчетных операций в системе международных расчетов.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-10)

общепрофессиональных компетенций (ОПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Сущность и функции финансов. Основы использования финансов в общественном воспроизводстве. Роль международных финансов в развитии процесса глобализации. Финансовая система. Управление финансами: планирование, оперативное управление, контроль. Финансовая политика и финансовый механизм. Финансовый контроль. Бюджет и бюджетное устройство. Бюджетный процесс. Муниципальные финансы. Бюджет государства. Доходы государственного бюджета. Государственный и муниципальный кредит. Расходы государственного бюджета. Бюджетный федерализм. Возникновение и сущность денег. Функции денег. Роль денег в воспроизводственном процессе. Выпуск денег в хозяйственный оборот. Денежный оборот, его содержание и структура. Особенности денежного оборота при разных моделях экономики. Безналичный денежный оборот и его организация. Налично-денежный оборот и его организация. Денежная система. Инфляция. Формы ее проявления, причины, социально-экономические последствия. Основы международных валютных и расчетных отношений. Необходимость и сущность кредита. Функции и законы кредита. Формы и виды кредита. Роль и границы кредита. Понятие и элементы банковской системы. Особенности современных банковских систем. Центральные банки и основы их деятельности. Коммерческие банки и их деятельность. Международные финансовые и кредитные институты.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Менеджмент»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и экономической

безопасности.

Основывается на базе дисциплин: «История России», «Философия», «Социология», «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Региональная экономика», «Теория организаций и организационное поведение».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Предпринимательство» «Методы принятия управленческих решений», «Менеджмент персонала», «Логистика» и других профессиональных дисциплин.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Менеджмент» является усвоение теоретических положений о предмете, принципах, функциях, методах, средствах и формах управления организациями; обучение основам профессионального менеджмента в условиях рыночной экономики, современным существующим в мире методам управления организациями и предприятиями любых форм собственности с целью достижения успеха в их деятельности в условиях постоянно меняющейся конкурентной внешней среды.

Задачами изучения дисциплины «Менеджмент» являются:

изучение и осмысление предмета, методов и содержания данной дисциплины;

изучение и усвоение теоретических и методологических основ менеджмента;

ознакомление и усвоение методических инструментов менеджмента (моделей, методов, практических приемов, используемых в процессе управления организацией);

формирование и развитие управленческих навыков и способностей, позволяющих осуществлять успешную деятельность.

Дисциплина нацелена на формирование

общепрофессиональных компетенций (ОПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины:

Теоретические основы менеджмента. Исторические тенденции развития менеджмента. Роль менеджера в системе управления. Система методов менеджмента. Управление как система. Организация как объект управления. Внешняя и внутренняя среда организации. Сущность и классификация функций менеджмента. Планирование как функция менеджмента. Организация как функция менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Система и процесс контроля. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Управленческие решения в менеджменте. Власть, лидерство и руководство. Организационные изменения и эффективность менеджмента. Управление конфликтами в организации.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Статистика», «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Социология».

Знания, полученные в ходе изучения данного курса, будут использованы для освоения таких дисциплин, как «Экономика организации», «Менеджмент» и профессиональных дисциплин..

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование фундаментальных знаний об основных направлениях и особенностях развития маркетинга как современной концепции управления предприятием.

Задачи: формирование знаний о становлении, сущности маркетинга и сферах его применения; развитие способностей маркетингового мышления, умений идентификации маркетинговых аспектов проблем предприятия и их решения с помощью маркетинга; осмысление специфики маркетинга в процессе управления предприятиями различных видов экономической деятельности; формирование знаний об особенностях элементов комплекса маркетинга в зависимости от сферы деятельности и навыков их использования; выявлять требования потребителей к качественным характеристикам продукции, формировать и прогнозировать потребительский спрос.

Дисциплина нацелена на формирование:

общефессиональных компетенций (ОПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины: Сущность и назначение маркетинга. Система и характеристика современного маркетинга. Маркетинговые исследования. Целевой рынок предприятия. Товар и товарная политика. Цены и ценовая политика в маркетинге. Маркетинговая политика распределения. Коммуникационная политика предприятия. Стратегическое маркетинговое планирование.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4,0 зачетных единицы, 144 часов.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Региональная экономика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению

38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой экономики предприятия.

Основывается на базе дисциплин «Экономическая теория», «Макроэкономика», «История экономических учений».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Экономика организаций», «Менеджмент», «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Региональная экономика» является освоение материала по современному развитию регионов; освоение основных методов исследования размещения производительных сил – диалектический, системного анализа, балансовый, экономико-математический с использованием современных информационных методов, картографический, статистические методы и др.

Задачами изучения дисциплины «Региональная экономика» является: изучить тенденции экономического развития и размещения производительных сил;

изучить закономерности взаимодействия общества и геосферы, специфики антропогенного влияния на окружающую среду, необходимости обеспечения устойчивого развития общества и природы;

изучить теории региональной экономики;

приобретение знаний о формировании основ территориальной и отраслевой структуры хозяйственного комплекса;

проведение анализа особенностей формирования экономики регионов;

изучение значения международных связей в экономическом развитии регионов.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальных компетенций (УК-10) выпускника.

Содержание дисциплины:

Предмет, методология и задачи курса региональной экономики. Закономерности, принципы, факторы размещения производительных сил. Экономическое районирование и территориальная структура народного хозяйства. Предпосылки размещения производительных сил и формирования экономики регионов. Регион в системе разделения труда. Суть, цель и задачи региональной экономической политики страны. Механизм реализации региональной экономической политики. Хозяйственный комплекс, особенности структуры и трансформация в рыночных условиях. Экономика как единство региональных социально-экономических систем. Новые формы регионального развития производительных сил. Экономика регионов: состояние и перспективы развития. Факторы устойчивого развития производительных сил.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление проектами»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Экономическая кибернетика и прикладная статистика».

Основывается на базе дисциплин «Экономика организации», «Предпринимательство», «Менеджмент», «Бизнес-информатика», «Математика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Методы научных исследований в менеджменте», «Риск-менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Инвестиционный менеджмент».

Цели и задачи дисциплины.

Целью дисциплины «Управление проектами» является формирование у студентов навыков применения организационно-управленческой, аналитической и исследовательской деятельности, требующейся в ходе реализации проектов, в качестве исполнителей и руководителей проектов.

Задачи: формирование общего видения методологии управления проектами; формирование и закрепление навыков применения инструментальных методов управления проектами и принятия управленческих решений по проекту; формирование навыков документирования результатов применения инструментов управления проектами.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальных компетенций (УК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

включает в себя следующие основные разделы и темы: методологические основы управления проектами. Процессы управления проектом. Содержание проекта. Организационная структура проекта. Программное обеспечение и инструменты управления проектам. Сетевое планирование. Расписание проекта. Планирование и распределение ресурсов проекта. Техничко-экономическое обоснование проекта. Управление стоимостью проекта. Анализ рисков проекта и методы их оценки. Проектный подход в системе менеджмента предприятия, перспективы развития проектного подхода.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Информационные системы и технологии в профессиональной
деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в

обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой экономической кибернетики и прикладной статистики.

Основывается на базе дисциплин: «Бизнес-информатика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Финансы», «Экономика организации», «Менеджмент», «Маркетинг» и других профессиональных дисциплин.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Информационные системы и технологии в профессиональной деятельности» является формирование у студентов практических навыков применения информационных технологий для решения задач управления – в первую очередь, задач анализа, прогнозирования и планирования.

Задачами изучения дисциплины «Информационные системы и технологии в профессиональной деятельности» являются:

создание у студентов целостного представления о процессах формирования информационного общества;

изучение основ организации современных информационных технологий и их применение в экономической и управленческой деятельности;

рассмотрение существующего российского и зарубежного практического опыта по созданию, функционированию и развитию информационных технологий и систем, используемых в менеджменте.

Дисциплина нацелена на формирование:

общефессиональных компетенций (ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

Информация. Информационные технологии и процессы. Классификация информационных технологий. Интегрированные ИТ общего назначения. Виды информационных технологий. ИТ в управлении. Работа с электронными таблицами Excel. Обратные вычисления в экономике. Понятие прогнозирования. Однофакторная линейная регрессия. Теория баз данных. Гипертекстовая технология. Сетевые технологии.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Противодействие экстремизму, терроризму и коррупции в профессиональной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой таможенного дела.

Основывается на базе дисциплин: «История России», «Правоведение».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Методы принятия управленческих решений», «Менеджмент финансовой деятельности организаций», «Основы экономической безопасности и антикризисное управление».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Противодействие экстремизму, терроризму и коррупции в профессиональной деятельности» является развитие способности использовать знания антикоррупционной политики в РФ в своей профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Противодействие экстремизму, терроризму и коррупции в профессиональной деятельности» являются:

научить формулировать цели и задачи развития системы мер, направленных на противодействие коррупции;

научить ориентироваться в среде правоохранительных органов, осуществляющих борьбу с коррупцией;

изучить основные виды и формы коррупции.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальных компетенций (УК-11) выпускника.

Содержание дисциплины:

Социально-правовая сущность и основные признаки коррупции. Виды коррупции. Этиология коррупции. Понятие и признаки коррупции в законодательстве Российской Федерации. Коррупция в системе государственной службы. Коррупция в системе образования. Сущность и структура антикоррупционной политики. Механизмы реализации антикоррупционной политики. Формирование антикоррупционного поведения как основа антикоррупционной политики. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции. Юридическая ответственность за коррупционные правонарушения.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Физическая культура и спорт»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания. Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура и спорт (элективные курсы)».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – последовательное перманентное формирование физической культуры личности, воспитание здорового,

всесторонне развитого, физически совершенного человека, готового к трудовой деятельности, воспитание морально-волевых качеств и потребности в здоровом образе жизни, использование полученных ценностей физической культуры в личной, общественной, профессиональной деятельности и в семье.

Задачи:

использование в своей практической деятельности знания основных теоретических положений физического воспитания;

развитие общих и специальных физических качеств с использованием различных средств физической культуры и спорта;

контроль и анализ динамики физической подготовленности;

планирование физической нагрузки и осуществление самоконтроля физического состояния и физических возможностей при выполнении силовых упражнений и упражнений с отягощениями;

выполнение базовых оздоровительных комплексов;

ориентация студентов на здоровый образ жизни без курения, алкоголя, наркотиков и других опасных склонностей, систематический самоконтроль, соблюдение норм гигиены, сбалансированное питание.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальных компетенций (УК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Техника прыжков в длину и в высоту с места. Техника сгибания и разгибания рук в упоре лежа. Техника бега на короткие дистанции. Техника наклона туловища вперед из положения сидя. Техника челночного бега. Техника поднимания туловища в сед из положения лежа. Техника бега на средние и длинные дистанции. Оценка физических качеств. Техника прыжков со скакалкой. Техника приседания на одной ноге, держась за опору одной рукой. Техника тройного прыжка с места.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 36 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Предпринимательство»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в профессиональную деятельность», «Микроэкономика», «Правоведение», «Статистика», «Деловой этикет и протокол», «Менеджмент».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Предпринимательство» является формирование у студентов знаний о предпринимательстве, освоение

комплекса профессиональных знаний в области предпринимательской деятельности, приобретение умений и способности применять их на практике, развитие творческого мышления.

Задачами изучения дисциплины «Предпринимательство» является:

изучить нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность;

изучение этапы создания организационно-правовых форм предприятий и фирм;

изучить механизм функционирования предприятий и фирм;
формировать практические умения и навыки по разработке бизнес-плана предприятия;

ознакомить студентов с основами построения взаимоотношений предпринимателя с хозяйствующими партнерами.

Дисциплина нацелена на формирование

общепрофессиональных компетенций (ОПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

Предпринимательство в рыночной экономике. Предпринимательство: производственное, финансовое, коммерческое, консалтинг. Виды и формы предпринимательства. Теоретические основы организации бизнес-процессов. Виды планирования бизнес-процессов. Структура и содержание разделов бизнес-плана. Культура предпринимательства. Деловая и профессиональная этика предпринимательской деятельности.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Саморазвитие личности в профессиональной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг» «Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей», «Деловые коммуникации», «Классики научного и практического маркетинга», «Медиамаркетинга».

Является основой для изучения экономических дисциплин, изучаемых впоследствии, согласно учебного плана.

Цели и задачи дисциплины.

Формирование у обучающихся теоретических знаний о внутренних стимулах саморазвития личности, психологической саморегуляции, рефлексии, принципах самообразования и практических навыков самопознания, саморазвития и самоменеджмента, что необходимо для подготовки бакалавров,

способных решать задачи в соответствии с профессиональной деятельностью.

Задачами изучения дисциплины являются:

- сформировать у студентов теоретические знания о саморазвитии личности, психологической саморегуляции и самоменеджменте, самообразовании;
- сформировать потребность в саморазвитии и самообразовании, начальный опыт самосовершенствования, а также мотивации непрерывного личного и профессионального саморазвития и самообразования;
- выработать умения и навыки применения приемов самопознания; методов самовоспитания; психологической саморегуляции, самоменеджмента.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальных (УК-6) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Сущность и цели профессионально-личностного саморазвития. Самосознание как основа личностного роста. Развитие когнитивной сферы. Эмоционально-волевые аспекты саморазвития. Мотивация как основа деятельности и управления. Индивидуально-типологические свойства личности. Нравственное саморазвитие личности.

Коммуникативные навыки и их развитие.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и экономической безопасности.

Дисциплина опирается на знания, умения и компетенции студента, полученные при изучении следующих учебных дисциплин: «Экономическая теория»; «Философия»; «Математика»; «Статистика»; «Менеджмент».

Полученные в процессе изучения дисциплины «Методы принятия управленческих решений» знания и умения могут быть использованы при изучении профессиональных дисциплин.

Целью дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является приобретение теоретических и практических знаний в области технологий разработки, принятия, реализации и мотивации качественного управленческого решения.

Задачами дисциплины являются:

- формирование представления о процессе принятия управленческих решений;
- формирование представлений об основных проблемах, возникающих в

процессе принятия управленческих решений;

– рассмотрение особенности принятия управленческих решений с помощью различных методов.

Дисциплина нацелена на формирование:

общефессиональных компетенций (ОПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины:

Управленческие решения и их классификация. Формы разработки и реализации УР. Обеспечение сопоставимости вариантов управленческих решений. Порядок принятия управленческого решения. Целевые технологии разработки и реализации управленческих решений. Обеспечение процесса разработки управленческого решения. Методы формирования и контроля реализации решений. Анализ управленческих решений. Основные подходы к разработке управленческих решений. Социально-психологические основы разработки управленческих решений. Контроль управленческих решений. Эффективность управленческих решений.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Теория организаций и организационное поведение»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и экономической безопасности.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «История экономических учений», «Деловые коммуникации». Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки. «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление проектами», «Менеджмент персонала», «Саморазвитие личности в профессиональной сфере».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» является привитие студентам нового понимания социальной организации, ее особенностей, структуры, функций, принципов и механизмов функционирования и развития, а также вооружение их арсеналом современных средств социального проектирования и методов совершенствования организаций различной природы, а также формирование представления о психологическом управленческом профессионализме, создании социальной ориентированности всей системы управления в организации.

Задачами изучения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» является:

изучить основополагающих принципов теории организации;
рассмотреть особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития современных организаций;

рассмотреть вопросы, связанные с основами управления современными организациями;

выработать умения самостоятельного решения задач связанных с принятием решений в экономических системах на основе изученных методов и приемов теории организации;

овладеть профессиональными знаниями и навыками относительно разделения труда с учетом индивидуальных и групповых реакций на структурные изменения; усовершенствование среды, что окружает;

разработать эффективные стратегии развития организации и формирования политики оптимальной мобилизации человеческих ресурсов.

Дисциплина нацелена на формирование

общефессиональных компетенций (ОПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины:

Предмет и метод теории организации. Общая характеристика организации. Модели организации. Законы организации. Методика системного подхода и системного анализа. Системный подход в теории организации. Процессный и ситуационный подходы в теории организации. Связи, иерархия и полномочия в организациях. Организация как система. Организация как процесс. Теоретические основы организации как объекта управления. Методы построения организационных структур и факторы, влияющие на выбор их типа. Типы организационных структур управления. Культура организации. Организационное проектирование. Организационное развитие. Организационные изменения. Эффективность управления организацией. Основы организационного поведения. Восприятие и атрибуция. Личность и организация. Мотивация и результативность. Формирование группового поведения в организации. Лидерство в организации. Коммуникативное поведение в организации. Управление поведением организации. Изменения в организации. Социализация индивида в организации. Управление карьерой. Формирование поведения индивида. Организационное поведение в международном бизнесе.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часа.

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины
«Основы российской государственности»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02

Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой государственного управления. Основывается на базе дисциплин образовательной программы общего среднего образования.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Социология».

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины. Реализация курса предполагает последовательное освоение студентами знаний, представлений, научных концепций, а также исторических, культурологических, социологических и иных данных, связанных с проблематикой развития российской цивилизации и её государственности в исторической ретроспективе и в условиях актуальных вызовов политической, экономической, техногенной и иной природы.

Задачами изучения дисциплины «Основы российской государственности» является:

представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу; представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении; исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской

цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;

обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Дисциплина нацелена на формирование

общепрофессиональных компетенций (УК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

Объективные и характерные данные о России, её географии, ресурсах, экономике. Население, культура, религии и языки. Современное положение российских регионов. Выдающиеся персоналии («герои»). Ключевые испытания и победы России, отразившиеся в её современной истории. Особенности цивилизационного развития России: история многонационального (наднационального) характера общества, перехода от имперской организации к федеративной, междивизиационного диалога за пределами России (и внутри неё). Роль и миссия России в работах различных отечественных и зарубежных философов, историков, политиков, деятелей культуры. Теория вопроса и смежные научные концепты. Мировоззрение как функциональная система. Мировоззренческая система российской цивилизации. Представление ключевых мировоззренческих позиций и понятий, связанных с российской идентичностью, в историческом измерении и в контексте российского федерализма. Рассмотрение этих мировоззренческих позиций с точки зрения ключевых элементов общественно-политической жизни (мифы, ценности и убеждения, потребности и стратегии). Значение коммуникационных практик и государственных решений в области мировоззрения (политика памяти, символическая политика и пр.) Самостоятельная картина мира и история особого мировоззрения российской цивилизации. Ценностные принципы (константы) российской цивилизации: единство многообразия (1), суверенитет (сила и доверие) (2), согласие и сотрудничество (3), любовь и ответственность (4), созидание и развитие (5). Их отражение в актуальных социологических данных и политических исследованиях. «Системная модель мировоззрения» («человек – семья – общество – государство – страна») и её репрезентации («символы – идеи и язык – нормы – ритуалы – институты»). Основы конституционного строя России. Принцип разделения властей и демократия. Особенности современного российского политического класса. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации. Уровни организации власти в РФ. Государственные проекты и их значение (ключевые отрасли, кадры, социальная сфера) Глобальные тренды и особенности мирового развития. Техногенные риски, экологические вызовы и экономические шоки. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации. Стабильность,

миссия, ответственность и справедливость как ценностные ориентиры для развития и процветания России. Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики. Ответственность и миссия как ориентиры личностного и общественного развития. Справедливость и меритократия в российском обществе. Представление о коммунитарном характере российской гражданственности, неразрывности личного успеха и благосостояния Родины.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Деловые коммуникации»

Логико-структурный анализ дисциплины: Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Русский язык в сфере профессиональной коммуникации», «Философия», «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Введение в специальность».

Является основой для изучения дисциплин профессионального цикла подготовки по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг»..

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – формирование теоретических знаний и практических навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности.

Задачи данного курса:

приобретение студентами знаний основ делового общения в организации;
закрепление навыков эффективного устного делового общения;
закрепление навыков эффективного письменного делового общения;
формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области механизмов использования теории деловых коммуникаций в практической работе;

использование знаний в области проведения деловых переговоров для реализации профессиональных навыков.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Понятие и виды деловых коммуникаций. Разновидности национального языка и функциональные стили речи. Устные и письменные коммуникации.

Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления. Деструктивное общение и методы управления конфликтами. Деловые коммуникативные стили. Специфика деловой коммуникации в бизнесе. Устные и письменные стратегии деловой коммуникации. Деловые приемы и светские рауты. Психологические особенности личности и деловые качества.

Виды контроля по дисциплине: зачет, зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Логистика»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Экономика организации», «Менеджмент», «Маркетинг».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины направлена на формирование теоретических знаний и практических навыков организации управления потоками товарно-материальных средств и финансовых потоков в процессе материально-технического обеспечения производства, самого производственного обмена и на стадии распределения.

Задачи изучения дисциплины:

сформировать представление о месте логистики в хозяйственной деятельности предприятий и организаций;

освоить навыки управления, планирования, организации в основных функциональных областях логистики;

овладеть системным подходом к логистической системе, чтобы охватить все мероприятия по перемещению, хранению материалов в пределах фирмы и ее распределительных планов;

овладеть знаниями, позволяющими разбираться в ценообразовании, рыночных и финансовых аспектах с тем, чтобы оценить влияние различных мероприятий на эффективность продвижения материалопотока;

формирование мышления для понимания экономической ситуации, законов, принципов развития производства, чтобы оценивать существующие проблемы с точки зрения менеджера.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональных компетенций (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные темы: Сущность, цели и задачи логистики. Концептуальные основы логистики. Объекты логистического управления. Логистическая система. Закупочная логистика. Производственная логистика. Распределительная логистика. Логистический сервис. Транспортная логистика. Складская логистика. Управление запасами в логистике. Информационная логистика

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4,0 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Деловой иностранный язык»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков. Основывается на базе дисциплины «Иностранный язык».

Является основой для изучения дисциплины «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» программы подготовки магистра.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Деловой иностранный язык» является формирование и развитие у студентов коммуникативных иноязычных навыков для их использования при решении профессиональных задач в повседневном и деловом общении; развитие умений правильного оформления мысли на иностранном языке с точки зрения фонетики, грамматики, лексики; развитие навыков устной и письменной коммуникации; совершенствование уровня владения иностранным языком для осуществления профессиональной деятельности в иноязычной сфере.

Задачами изучения дисциплины «Деловой иностранный язык» является:
сформировать социокультурные компетенции и поведенческие стереотипы, необходимые для успешной адаптации выпускников на рынке труда;

развивать у студентов умения самостоятельно приобретать знания для осуществления бытовой коммуникации на иностранном языке;

повысить уровень учебной автономии, способности к самообразованию, к работе с мультимедийными программами, электронными словарями, иноязычными ресурсами сети Интернет;

развивать когнитивные и исследовательские умения, расширять кругозор и повышать информационную культуру студентов;

формировать представление об основах межкультурной коммуникации, воспитывать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и

народов;

сформировать у студентов позитивное отношение к овладению как языком, так и культурой иноязычного мира;

сформировать у студентов профессиональную компетенцию путём ознакомления с различными методами и приёмами обучения иностранному языку и путём привлечения к выполнению профессионально-ориентированных заданий.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Тексты по профессиональной подготовке. Грамматика иностранного языка в соответствии с программой. Устные темы в соответствии с программой. Аудиоматериалы для развития навыков говорения.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Основы военной подготовки»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой таможенного дела.

Основывается на базе дисциплин: «История России».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины является

1. воспитание гражданственности и патриотизма;
2. формирование активной гражданской жизненной позиции и государственного подхода к решению проблем современной жизни;
3. привитие навыков научного мышления при оценке событий в области политики и экономики.

Дисциплина раскрывает роль, состояние тенденции и перспективы развития военно-политических отношений в условиях нового хозяйственного механизма, знакомя студентов с основными правительственными документами в области развития современных военных технологий.

Задачами изучения дисциплины является

- ознакомление студентов с основами построения системы национальной безопасности государства, структурой национальных интересов, национальных ценностей России, приоритетными направлениями внутренней и внешней политики;
- ознакомление студентов с военной доктриной России, основами

организации и способами действий Вооруженных Сил на современном этапе, тенденциями развития военного дела;

- освоение системного подхода к решению задач в различных сферах человеческой деятельности;

- развитие у студентов умения управлять своей деятельностью;

- привитие ответственности, настойчивости, целеустремленности и принципиальности при решении возникающих задач.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-8) выпускника.

Содержание дисциплины Безопасность в условиях чрезвычайных ситуаций (ЧС). «Основы военной подготовки». Строевая подготовка. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации. Военная топография. Радиационная, химическая и биологическая защита (РХБЗ). Победа в Великой Отечественной войне – триумф советского народа. «История создания, развития и современное состояние Вооруженных сил Российской Федерации».

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинг: современные концепции и технологии»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплины «Маркетинг».

Знания, полученные в ходе изучения данного курса, будут использованы для освоения всех профессиональных дисциплин..

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование системы знаний об основных современных концепциях и технологиях маркетинга, его тенденциях развития как современной концепции управления предприятием.

Задачи дисциплины «Маркетинг: современные концепции и технологии»:

- раскрыть содержание и сущность маркетинговой деятельности на современных предприятиях;

- ознакомить с основными понятиями маркетинга, методологией и методами проведения маркетинговых исследований;

- научить разрабатывать и анализировать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную политику предприятия;

- ознакомить с методами планирования, организации и управления маркетинговой деятельностью на предприятиях.

- формирование у студентов навыков принятия эффективных маркетинговых решений в организационно – управленческих, информационно-аналитических и предпринимательских видах профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование:

профессиональных компетенций (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Эволюция концепций и новые подходы к маркетингу в условиях цифровой трансформации. Маркетинговые исследования. Изучение потребительского поведения и мотивов потребительского выбора с использованием методов нейромаркетинга. Формирование маркетинговой стратегии компании. Инновационная продуктовая стратегия компании. Цены и ценовая политика в маркетинге. Управление брендами. Маркетинговые коммуникации и интернет-продвижение. Стратегическое маркетинговое планирование

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговые исследования»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Социология», «Менеджмент», «Маркетинг».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» является освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса маркетинговых исследований, включая поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, расчет объема выборки, а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и компоновки отчета о проведении исследований.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» является:

обеспечить теоретическую подготовку по планированию и проведению маркетинговых исследований;

изучить информационную систему маркетинговых исследований;

сформировать системный подход к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия

маркетинговых решений;

освоить методики планирования и организации комплексных исследований с целью получения информации для принятия управленческих решений;

сформировать системный подход к процессу планирования и процедуре проведения маркетинговых исследований и обработки полученных данных о рынке.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Назначение, общая характеристика и классификация маркетинговых исследований. Этапы комплексного маркетингового исследования. Характеристика начальных этапов. Этические аспекты маркетинговых исследований. Поисковые исследования. Описательные исследования. Разработка анкет и форм для записи наблюдений. Построение выборки. Организация и проведение полевых работ. Базовый анализ данных.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (14 ч.) занятия и 66 ч. самостоятельная работа студента (в том числе курсовая работа 36 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Саморазвитие личности в профессиональной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг» «Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей», «Деловые коммуникации», «Классики научного и практического маркетинга», «Медиамаркетинга».

Является основой для изучения экономических дисциплин, изучаемых впоследствии, согласно учебного плана.

Цели и задачи дисциплины.

Формирование у обучающихся теоретических знаний о внутренних стимулах саморазвития личности, психологической саморегуляции, рефлексии, принципах самообразования и практических навыков самопознания, саморазвития и самоменеджмента, что необходимо для подготовки бакалавров, способных решать задачи в соответствии с профессиональной деятельностью.

Задачами изучения дисциплины являются:

- сформировать у студентов теоретические знания о саморазвитии личности, психологической саморегуляции и самоменеджменте, самообразовании;

- сформировать потребность в саморазвитии и самообразовании, начальный опыт самосовершенствования, а также мотивации непрерывного личного и профессионального саморазвития и самообразования;

- выработать умения и навыки применения приемов самопознания; методов самовоспитания; психологической саморегуляции, самоменеджмента.

Дисциплина нацелена на формирование:

универсальной (УК-6) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Сущность и цели профессионально-личностного саморазвития. Самосознание как основа личностного роста. Развитие когнитивной сферы. Эмоционально-волевые аспекты саморазвития. Мотивация как основа деятельности и управления. Индивидуально-типологические свойства личности. Нравственное саморазвитие личности.

Коммуникативные навыки и их развитие.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Экономическая теория и макроэкономика», «Микроэкономика», «Введение в специальность», «Классики научного и практического маркетинга».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей» является формирование знаний и умений, связанных с управлением партнерскими отношениями компании, которые основываются на знании индивидуальных потребностей клиента и умении их удовлетворить с использованием современного представления о работе в «контактной зоне», с привлечением инновационных технологий в деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей» является:

овладеть знаниями и навыками формирования долгосрочных

взаимоотношений с потребителями на различных рынках. Особое внимание уделено формированию практических навыков разработки мероприятий, направленных на повышение лояльности потребителей;

уметь применять методы стратегического анализа, в том числе сформировать понимание возможностей маркетинга взаимоотношений для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности компании на рынке конечных потребителей;

овладеть методами экономического анализа, в том числе методиками оценки лояльности потребителей;

овладеть способностью управлять подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами по созданию программ лояльности, получить навыки в разработке программ, направленных на установление взаимоотношений с потребителями.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Вектор развития маркетинговой концепции управления: предпосылки возникновения маркетинга отношений. Маркетинг отношений: принципы и парадигма отношений. Управление внутренними отношениями. Сущность управленческих отношений в организации. Управление отношениями «служащий – клиент». Управление клиентской базой предприятия. Переговорный процесс. Внедрение маркетинга отношений. Маркетинг: координация взаимодействия производства и потребления. Изменение содержания инструментов комплекса маркетинга в концепции маркетинга отношений. Лояльность: определение и виды. Управление лояльностью: системный подход. Управление лояльностью клиентов на промышленных рынках. Типы потребителей и параметры оценки их лояльности. Современные методы исследования лояльности клиентов. Программы лояльности и их эффективность. Исследование уровня удовлетворенности и лояльности потребителей.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Товароведение, экспертиза, стандартизация»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Философия», «Введение в специальность», «Классики научного и практического маркетинга»

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Товароведение, экспертиза, стандартизация» является формирование знаний и навыков в области товароведения, экспертизы и стандартизации продукции (товаров), необходимые для успешной профессиональной деятельности специалиста-маркетолога и логиста.

Задачами изучения дисциплины «Товароведение, экспертиза, стандартизация» является:

ознакомить с объектами, предметом, методами, терминологией и задачами товароведения; с номенклатурой показателей качества, ассортимента и конкурентоспособности товаров, методами их оценки и формирования на различных этапах жизненного цикла продукции (товаров); со способами сохранения потребительских свойств и качества товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации; с вопросами маркировки, упаковки и информации о товарах;

ознакомить с основными понятиями, объектами, субъектами экспертизы, требованиями к экспертам, видами и методами экспертной оценки; с организацией, порядком проведения и оформления экспертизы; с особенностями экспертизы отдельных групп товаров;

ознакомить с основами технического регулирования, принципами, методами и задачами стандартизации и сертификации продукции, метрологическим обеспечением качества;

привить навыки их использования в условиях профессиональной деятельности маркетолога и логиста.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Введение в товароведение. Объекты и субъекты товароведения. Классификация продовольственных товаров. Основные способы хранения продовольствия. Методы консервирования продовольственных товаров. Товароведная характеристика зерна, крупы. Товароведная характеристика муки пшеничной и ржаной. Товароведная характеристика макаронных изделий. Товароведная характеристика плодоовощных товаров. Сахар и его заменители. Товароведная характеристика кондитерских товаров, крахмала и крахмалопродуктов. Товароведная характеристика мяса. Пищевые продукты на основе мяса. Рыба и продукты ее переработки. Товароведная характеристика яйца и яичных товаров. Товароведная характеристика молока и сливок. Товароведная характеристика кисломолочных напитков. Товароведная характеристика сыров. Пищевые жиры. Вкусовые товары (алкогольные, безалкогольные). Товароведная характеристика чая. Товароведная характеристика кофе. Сущность стандартизации. Научная база стандартизации. Виды стандартизации. Категории и виды стандартов. Направления развития

стандартизации. Сущность сертификации. Виды сертификации. Идентификация и фальсификация потребительских товаров.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг услуг»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Инфраструктура товарного рынка», «Маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинг услуг» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков по формированию и применению инструментов комплекса маркетинга в деятельности предприятий сферы услуг в современных условиях хозяйствования.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг услуг» является:

сформировать представление о сущности современной концепции «маркетинга услуг»;

развить навыки, необходимые для разработки элементов расширенного маркетингового комплекса сервисного предприятия;

выявить ключевые факторы повышения клиентской лояльности и факторов успешной реализации программ лояльности на основе анализа источников потребительской лояльности;

развить навыки организации сервисного процесса и контроля за его эффективностью;

изучить существующие методики оценки качества услуг; разработки и реализации программ улучшения качества сервисных продуктов;

рассмотреть основные аспекты деятельности предприятий в сфере услуг по формированию стратегии долгосрочных взаимоотношений с потребителями.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность, характеристики и классификация услуг. Характеристика концептуальных моделей маркетинга услуг. Комплекс маркетинга в сфере

услуг. Управление качеством в сфере услуг. Ценообразование в сфере услуг. Процесс предоставления услуг. Комплекс маркетинговых коммуникаций в сфере услуг. Маркетинг услуг предприятий общественного питания. Маркетинг в страховании. Маркетинг в консалтинге. Маркетинг образовательных услуг. Теоретические основы маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства. Рынок туристических и гостиничных услуг. Маркетинговая информационная система предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Маркетинговая продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Маркетинговая ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Маркетинговая коммуникационная политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Маркетинговая политика распределения предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Организация, управление и планирование маркетинговой деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Теоретические основы банковского маркетинга. Рынок банковский продуктов и услуг. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований на рынке банковских продуктов. Маркетинговая продуктовая политика коммерческого банка. Маркетинговая ценовая политика коммерческого банка. Маркетинговая коммуникационная политика коммерческого банка. Маркетинговая политика распределения в коммерческом банке. Организация, управление и планирование маркетинговой деятельности коммерческого банка.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Введение в специальность», «Инфраструктура товарного рынка», «Маркетинг», «Маркетинг услуг».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является углубление знаний студентов по дисциплине «Маркетинг» и выявление особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является:

получить знания об особенностях маркетинга в различных отраслях и

сферах деятельности и сформировать умения и навыки их использования в профессиональной деятельности;

изучить основной инструментарий маркетинга выбранных отраслей или сфер деятельности и получить навыки его использования для принятия управленческих решений;

развить маркетинговое мышление, умения и навыки идентификации маркетинговых аспектов проблем организации и их решения с помощью средств маркетинга;

сформировать основные знания, умения и навыки комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга и рынка товаров промышленного назначения. Сегментирование рынка промышленных покупателей. Маркетинговые исследования промышленного рынка. Комплекс маркетинга товаров производственного назначения. Маркетинг промышленных закупок. Промышленный брендинг. Маркетинг на рынках интеллектуальных продуктов. Отраслевые аспекты применения маркетинга. Маркетинг оптовой торговли. Маркетинг розничной торговли. Выбор месторасположения магазина. Процесс создания и развития розничного предприятия. Процесс принятия потребительских решений в розничном торговом предприятии. Маркетинговые исследования в розничной торговле. Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия. Обслуживание покупателей в розничной торговле. Мерчандайзинг как средство повышения объема продаж торгового предприятия

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин и базовых знаниях, полученных студентами в процессе освоения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, математического и базовой части профессионального цикла.

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» является развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения фирмы в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства.

Задачами изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» является:

- изучить основные закономерности функционирования различных рынков;
- изучить представление о различных аспектах проблемы оценки влияния несовершенной конкуренции на общественное благосостояние;
- изучить современные методы регулирования различных типов рынка, в том числе с учетом специфики естественных монополий;
- рассмотреть основные модели поведения фирм в условиях различных рыночных услуг;
- исследовать специфику ценового поведения предприятий в условиях различных рыночных структур; дать представления об особенностях функционирования рынков и принятия решений фирмами в ЛНР.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Общие понятия теории (экономики) отраслевых рынков. Анализ структуры рынков. Динамика рынка. Экономические теории олигополистического образования. Монополия и ее значение на отраслевом рынке. Ценовая политика доминирующей фирмы на товарном рынке. Неценовые стратегии фирмы. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевом рынке. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур. Опыт стран с развитой рыночной экономикой в проведении антимонопольной политики.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Инфраструктура товарного рынка»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Введение в специальность», «Микроэкономика».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Инфраструктура товарного рынка» является формирование у студентов профессиональных знаний в области функционирования инфраструктуры товарного рынка, развитие экономического мышления, комплексного понимания организации инфраструктуры товарного рынка, позволяющих находить обоснованные управленческие решения и их практическое применение в складывающейся на потребительском рынке ситуации.

Задачами изучения дисциплины «Инфраструктура товарного рынка» является:

предоставить знания о сущности инфраструктуры товарного рынка и ее роли в рыночной экономике, организации и планировании деятельности предприятия на рынке при взаимодействии с субъектами рыночной инфраструктуры;

предоставить знания о системе показателей инфраструктуры товарного рынка и методах их формирования;

сформировать умения и базовые профессиональные компетенции по самостоятельному выполнению студентами технико-экономических расчетов, связанных с анализом и обоснованием эффективного функционирования и развития инфраструктуры товарного рынка;

дать характеристику факторов, влияющих на развитие инфраструктуры товарного рынка и основных тенденций развития.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-10) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность, классификация, характеристики товарного рынка. Инфраструктура товарного рынка: сущность, состав и проблемы развития. Предприятия оптовой торговли в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Оптовые/мелкооптовые магазины и оптовые/розничные рынки в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Предприятия розничной торговли в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Предприятия аукционной торговли в ИТР. Коммерческо-посреднические организации в ИТР. Предприятия комиссионной и консигнационной торговли в ИТР. Торговые дома в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Выставки и ярмарки в инфраструктуре товарного рынка. Товарные биржи в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Биржевая и брокерская деятельность на рынке. Торгово-промышленные палаты как общественные институты инфраструктуры товарного рынка. Лизинг в инфраструктурном комплексе товарного рынка. Организации по оказанию услуг в ИТР. Таможенная инфраструктура.

Виды контроля по дисциплине: зачет, зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Введение в специальность»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин и базовых знаниях, полученных студентами в процессе освоения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, математического и базовой части профессионального цикла.

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Введение в специальность» является формирование представления о сущности и основных направлениях маркетинговой теории и практики, а также исторических корнях происхождения маркетинга и современных проблемах его развития.

Задачами изучения дисциплины «Введение в специальность» является:

раскрыть значение и место маркетинга в системе управления организацией и рынком;

раскрыть историю становления и развития маркетинговой теории и практики за рубежом и в стране;

раскрыть теоретические основы маркетинга как дисциплины и практической деятельности организации на рынке;

раскрыть взаимосвязь маркетинга с экономической, психологической и социологической наукой и практикой;

раскрыть эвристические возможности студентов в поиске информационных ресурсов в сфере маркетинговой теории и практики;

раскрыть различные направления профессиональной деятельности маркетологов в областях и сферах практической деятельности;

раскрыть основы организации самостоятельной работы и подготовки к занятиям, основные требования, предъявляемые в ЛГУ им. В. Даля к результатам обучения.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Исторические этапы становления и развития маркетинговой деятельности. Сущность и предмет маркетинга. Экономические основы маркетинговой теории и практики. Информационный инструментарий маркетинга. Поведение потребителей. Основные экономические законы и их влияние на маркетинг. Социокультурные аспекты маркетинга. Законодательные, литературные, периодические источники и информационные ресурсы по маркетингу. Квалификационные характеристики ведущих профессий в сфере маркетинга.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Международный маркетинг»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг», «Экономика предприятия»; «Статистика»; «Информатика»; «Высшая математика»; «Менеджмент».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Международный маркетинг» является получение представления о международном маркетинге, об особенностях применения маркетинговых инструментов при ведении международного бизнеса.

Задачами изучения дисциплины «Международный маркетинг» является:
изучить особенности маркетинга при осуществлении международной деятельности;

ознакомить с методами исследований и оценки привлекательности внешних рынков;

ознакомить с основными способами выхода и формами присутствия на внешних рынках;

ознакомить с методами оценки конкурентоспособности предприятия и его продукции на международных рынках;

научить выбирать маркетинговые стратегии, в соответствии с анализом международной среды и прогнозированием развития рынка;

приобрести навыки принятия эффективных решений, касающихся международной товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики;

ознакомить с опытом маркетинговой деятельности ведущих мировых компаний;

ознакомить с системами международных маркетинговых коммуникаций;

ознакомить с существующими организационными структурами предприятий, ориентированных на зарубежные рынки.

Дисциплина нацелена на формирование
профессиональных компетенций (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность международного маркетинга. Среда международного маркетинга. Международные маркетинговые исследования. Возможности выхода фирмы на внешние рынки. Поведение покупателей и потребителей на рынке. Товарная политика на внешних рынках. Распределение товаров на внешних рынках. Ценовая политика в международном маркетинге. Международные маркетинговые коммуникации.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Поведение потребителей»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг услуг», «Маркетинговые исследования».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является обеспечение студентов теоретическими знаниями по изучению и анализу комплекса внешних и внутренних факторов, влияющих на принятие решения о покупке, а также методов активного маркетингового влияния на потребительское поведение с целью его эффективного регулирования и оптимизации.

Задачами изучения дисциплины «Поведение потребителей» является:

изучить экономико-теоретические и исторические предпосылки возникновения науки о поведении потребителей;

изучить базовые понятия курса,

ознакомить с механизмом формирования поведения потребителей с целью его дальнейшего использования в решении маркетинговых проблем;

изучить состав и направления воздействия внешних факторов, влияющих на принятие потребителем решения о покупке;

изучить состав и направления воздействия внутренних факторов, влияющих на принятие потребителем решения о покупке;

изучить современные методы и инструменты воздействия на поведение потребителей;

изучить условия регулирования и оптимизации поведения потребителей.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы

и темы:

Поведение потребителей и маркетинг. Понятие, структура и сущность поведения потребителей. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей. Процесс принятия решений индивидуальными потребителями. Процесс принятия решения индустриальным (общественным) потребителем. Маркетинговые инструменты влияния на поведение потребителя. Поведенческая реакция покупателей. Качественные исследования поведения потребителей. Количественные исследования поведения потребителей.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Классики научного и практического маркетинга»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия».

Является основой для изучения дисциплины «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Классики научного и практического маркетинга» является формирование представлений об условиях и факторах, повлиявших на формирование маркетинга на различных этапах развития экономики и общества; изучение теоретико-методологических предпосылок, лежащих в основании различных школ маркетинга, выявление взаимосвязи между практическими задачами управления маркетинговой деятельностью предприятий на различных этапах их развития и теоретическими подходами к изучению принципов и механизмов их функционирования и изменения.

Задачами изучения дисциплины «Классики научного и практического маркетинга» является:

изучить проблемы становления маркетинга как научной дисциплины, а также исторические предпосылки создания и развития маркетинга;

ознакомить студентов с основными этапами развития и соответствующим им концепциям маркетинга;

изучить мировой опыт национальных школ маркетинга;

сформировать у студентов исторический подход к анализу проблем маркетинга;

создать основы для более эффективного изучения дисциплин профессионального цикла на последующих стадиях обучения.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-1) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Зарождение маркетинга. Развитие теории маркетинга. Основные направления развития теории маркетинга. Разграничения школ маркетинга. Ранние школы маркетинга. Формирование интерактивных школ маркетинга. Социальные школы маркетинга. Построение общей теории маркетинга. Национальные модели маркетинга. История и этапы развития японского маркетинга.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Экономический механизм маркетинга»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Экономика предприятия», «Менеджмент».

Является основой для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Экономический механизм маркетинга» является формирование у студентов знаний по теоретическим основам экономического механизма маркетинга, обеспечение углубленного научно-практического овладения новейшими подходами к оценке и анализу маркетинговой деятельности предприятий на основании современных экономических критериев и прежде всего по критерию роста рыночных возможностей и стратегических направлений развития предприятий.

Задачами изучения дисциплины «Экономический механизм маркетинга» является:

изучить теорию и практику применения экономических методов управления маркетинговой деятельностью предприятия;

овладеть методическими подходами комплексного исследования рынка;

приобрести умения выполнять экономический анализ и прогнозирование товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики предприятия.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Теоретические основы формирования экономического механизма

маркетинга. Организационно-методическое обеспечение комплексного исследования рынка. Экономическое обоснование маркетингового потенциала предприятия. Экономические методы реализации товарной политики предприятия. Экономические методы реализации ценовой политики предприятия. Экономическое обеспечение анализа маркетинговой политики распределения. Организационно-экономическое обеспечение комплекса маркетинговых коммуникаций. Экономические методы обеспечения контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговая товарно-инновационная политика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Является основой для изучения дисциплин «Маркетинговые технологии ценообразования», «Маркетинговая политика распределения», «Маркетинговые коммуникации», а также прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая товарно-инновационная политика» является формирование теоретических знаний и практических навыков маркетингового планирования продукта, оптимизации товарной политики и разработки товаров и услуг рыночной новизны.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая товарно-инновационная политика» является:

изучить теории маркетинговой товарной политики организаций, обретение умений и навыков определения конкурентоспособности и места товара на рынке, повышение эффективности управления планированием и разработкой инновационного продукта, упаковки, товарной марки;

научиться выявлять существующие и потенциальные запросы потребителей, способы поиска возможностей создания ценности для потребителя с учетом особенностей жизненного цикла принятия технологии и ключевых компетенций компании;

развить навыки применения инструментов маркетинговой товарной политики с акцентом на методические аспекты поиска возможных сфер использования инновационных продуктов и технологий и повышения эффективности маркетинговых решений;

изучить специфику инновационных продуктов и проблем формирования воспринимаемой потребителями ценности новинок;

сформировать понимание сущности и специфики маркетинга инноваций;

изучить характеристики рынка инноваций с систематизацией основных элементов и функций его инфраструктуры;

исследовать востребованность инновационного продукта на рынке и его продвижение на рынок на основе маркетингового инструментария.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность, содержание и задачи товарной политики предприятия. Товар как элемент комплекса маркетинга. Качество как основная характеристика товара в маркетинге. Конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара. Ассортиментная политика предприятия. Упаковка товара в маркетинге. Товарная марка. Брендинг. Факторы рыночного успеха товара. Маркетинговые товарные стратегии. Инновационная деятельность как объект маркетинга. Сущность инноваций и рынок инновационных продуктов. Маркетинг инноваций: сущность и функции. Управление разработкой новых продуктов. Маркетинговые исследования в инновационном процессе. Сегментирование и позиционирование на рынке инновационного продукта. Инновационные стратегические маркетинговые решения на различных стадиях жизненного цикла товара. Маркетинговая поддержка инновационного продукта. Продвижение инновационного продукта на рынке. Маркетинг знаний и технологий.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинговая ценовая политика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг услуг», «Маркетинговые исследования».

Является основой для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая ценовая политика» является освоение методов и приемов координации цен с остальными элементами маркетинга, формирование цен на новые товары, исследование

конъюнктуры различных типов рынков и конкурентной среды, развитие общекультурных и профессиональных компетенций бакалавров, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в области ценообразования.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая ценовая политика» является:

сформировать четкое представление об особенностях маркетингового ценообразования, формировании ценовой политики предприятия, о ценообразовании как неотъемлемой части экономических отношений;

изучить особенности образования регулируемых и свободных цен;

изучить особенности ценообразования при становлении рынка и в рыночной системе;

развить практические навыки использования нормативно-правовых материалов при проектировании цен;

получить навыки установления базовых и конечных рыночных цен, их обоснований и расчетов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Цена как экономическая категория. Система цен, их классификация и характеристика. Факторы маркетингового ценообразования. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен. Методические подходы к ценообразованию в системе маркетинга. Порядок ценообразования в маркетинге. Маркетинговые стратегии ценообразования.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговая политика распределения»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Экономическая теория и макроэкономика», «Микроэкономика», «Менеджмент», «Маркетинг», «Международный маркетинг».

Является основой для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая политика распределения» является овладение комплексом знаний о современных подходах к конструированию и функционированию каналов распределения, а также

формирование умения анализировать факторы среды каналов распределения, оказывающих влияние на принятие управленческих решений, и формирование каналов распределения конкретного предприятия.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая политика распределения» является:

раскрыть сущность и содержание процесса распределения в рамках концепции маркетинга, а также факторов, влияющих на него;

обучить методам обоснования выбора каналов распределения и построения схемы физического распределения продукции;

изучить отличительные особенности управления распределением в зависимости от выбранной схемы распределения и специфики реализуемых товаров (услуг).

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность и значение распределения в маркетинге. Маркетинговые каналы: структура и взаимосвязи. Товародвижение как составляющая распределения продукции. Оптовая торговля в каналах распределения. Розничная торговля в каналах распределения. Государственные закупки и госзаказ. Выбор маркетинговой политики распределения. Выбор оптимального канала распределения. Конкуренция в каналах распределения.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговая коммуникационная политика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Деловые коммуникации», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговая товарно-инновационная политика».

Является основой для изучения дисциплины «Связи с общественностью», «Рекламный менеджмент» (программы подготовки магистра), а также для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является формированием теоретических и практических знаний в области комплекса

маркетинговых коммуникаций, в раскрытии его роли в процессе управления деятельностью организации

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является:

изучить теоретические вопросы маркетинговых коммуникаций и содержание их основных элементов;

изучить современную коммуникационную политику и интегрированные маркетинговые коммуникации;

сформировать умения разрабатывать коммуникационные стратегии предприятия;

сформировать умения по применению маркетинговых коммуникаций;

изучить влияние маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товаров;

изучить методы экономической и коммуникативной (социально-психологической) эффективности маркетинговых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Коммуникации в системе маркетинга. Коммуникационный процесс и его этапы. Помехи в развитии коммуникаций. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные средства комплекса маркетинговых коммуникаций. Синтетические средства комплекса маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций. Структура и модели рекламного обращения. Инновационный инструментальный комплекс маркетинговых коммуникаций. Эффективность комплекса маркетинговых коммуникаций.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг» «Медиамаркетинг», «Цифровой маркетинг», «Рекламный менеджмент», «Маркетинговые исследования», «Бренд-менеджмент»,

Является основой для изучения экономических дисциплин, изучаемых впоследствии, согласно учебного плана.

Цели и задачи дисциплины.

Является формирование теоретических знаний и практических навыков –

учить распознавать и объяснять механизмы функционирования современных медиасистем, фиксировать основные тенденции и прогнозировать дальнейший ход развития медиаиндустрии. Сформировать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, позволяющих привлекать финансовые и материальные средства для реализации проектов, в сфере культуры и искусства, в сфере международного сотрудничества, в сфере науки и образования и научить основам планирования и реализации проектов, овладеет правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона.

Задачами изучения дисциплины «Медиамаркетинг» является:

- Дать студентам знания основ медиамаркетинга и фандрайзинга;
- закрепить навыки формирование комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед медиапредприятием в конкурентной среде, а также основных средствах и инструментах их решения;
- закрепить развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования;
- сформировать способности разрабатывать коммуникационные кампании по продвижению медиапредприятий и их продуктов на рынке;
- способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- формирование у студентов представлений о современных тенденциях в развитии теоретических основ и практики Интернет - маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений;
- сформировать умение ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ;
- закрепить ознакомление с основными понятиями и категориями, применяемыми в фандрайзинге;
- изучить основные направления грантовой поддержки международных и национальных фондов и программ;
- изучить основные этапы разработки и выполнения проектов в фандрайзинге.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональной (ПК-6) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Маркетинг и маркетинговый комплекс в медиаиндустрии. Методы маркетингового анализа. Составление маркетингового плана медиакомпания и медиапродукта. Медиа-исследования в маркетинге. Разработка медиабренда. Маркетинговые коммуникации СМИ и их медиапродуктов. Дистрибуция в медиаотрасли. Ценообразование в цифровых СМИ.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Связи с общественностью» – ознакомление студентов с важнейшими теоретическими разработками и прикладными исследованиями отечественных и зарубежных специалистов по связям с общественностью, изучение технологий их использования в деятельности отечественных предприятий.

Задачами данного курса является получение студентами:

- знаний о теоретических основах связей с общественностью, истории и этапах становления связей с общественностью как самостоятельной сферы общественной деятельности;
- знаний о сущности, задачах, этапах разработки и проведения PR-кампаний;
- умений выявлять, исследовать и анализировать основные тенденции развития PR-технологий;
- умений применять современные PR-технологии в различных областях профессиональной деятельности;
- практических навыков планирования, организации и проведения PR-кампаний;
- практических навыков проведения анализа последствий проведения PR-кампаний и использования результатов анализа в системе управления маркетинговой деятельностью организации.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Методология теории связей с общественностью. Методы и функции теории связей с общественностью. Субъекты PR-деятельности. Объекты PR-деятельности. Информационный PR и устроительный PR. Спонсоринг и фандрайзинг в PR. Копирайтинг в связях с общественностью. Спичрайтинг в связях с общественностью

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Менеджмент персонала»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного

плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и экономической безопасности.

Основывается на базе дисциплин: «История экономических учений», «Теория организаций и организационное поведение», «Деловые коммуникации», «Менеджмент», «Саморазвитие личности в профессиональной сфере».

Является основой для изучения дисциплин профессионального цикла.

Цели и задачи дисциплины:

Целью преподавания учебной дисциплины «Менеджмент персонала» является освоение студентами теории и практики управления персоналом в организациях, механизмов принятия решений в области кадровой политики, в изложении ряда теоретических положений, методических и прикладных разработок в области менеджмента персонала, позволяющих сформировать навыки принятия эффективных кадровых решений.

Задачи изучения дисциплины «Менеджмент персонала» состоят в усвоении студентами знаний по основным проблемам, встречающимся на пути управления кадрами в современных организациях, путях решения этих проблем с учетом ограниченности находящихся в управлении организацией ресурсов.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-3) выпускника.

Содержание дисциплины:

Менеджмент персонала: цели и задачи курса. Персонал и трудовой потенциал организации. Система управления персоналом организации. Стратегия и политика управления персоналом в организации. Планирование и найм персонала. Работа с персоналом после найма. Обучение и развитие персонала. Современные проблемы развития персонала в организации. Деловая карьера. Оценка и контроль персонала. Мотивация и стимулирование персонала. Эффективность управления персоналом в организации.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Социология»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 1 (ДВ.1), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой социология.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия», «Саморазвитие личности в профессиональной сфере».

Является основой для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины: получение студентами знаний об основных подходах анализа жизнедеятельности и структуры общества с позиций социологической науки, главных этапах становления представлений о развитии социума и социологической мысли, деятельности ключевых социальных институтов, причинах их возникновения, функциях и трансформациях, а также факторах влияния общества на личность, социальных ролях и статусах, формирование представлений о методике и технике социологических исследований, в том числе с учетом развития новых технологий.

Задачи: освоение знаний об основах социологической науки, её генезисе и современном состоянии; изучение научных подходов к анализу социальной структуры общества, особенностях функционирования различных социальных институтов; формирование представлений относительно значимости ценностей, целей и смыслополаганий для социального развития, специфики факторного влияния общества на личность, её социальные статусы и социальные роли; усвоение содержания ключевых классических теоретических социологических концепций; приобретение базовых представлений о методике и технике проведения социологических исследований (с учетом области профессионального интереса обучающихся).

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-3, УК-5) выпускника.

Содержание дисциплины: Социология наука об обществе. История социологического знания. Общество как целостная социальная система. Социальная структура общества. Социальные институты и социальные организации. Личность в системе социальных связей. Культура и общество: ценности, цели, смыслы. Методика и техника социологических исследований.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,0 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Социальные коммуникации в профессиональной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 1 (ДВ.1), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой социология.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия», «Саморазвитие личности в профессиональной сфере».

Является основой для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования».

Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины является изучение современных теорий социальных коммуникаций и овладение практикой их осуществления.

Задачи дисциплины:

изучение основ теории коммуникации с целью выделения из общей теории коммуникации узловых моментов, дающих представление будущим магистрам о процессах коммуникации, участниками которых они будут являться;

- изучение типов, видов, функций, форм, моделей и структурных компонентов коммуникации;
- освоение процесса информационного обмена, происходящего в образовательных организациях и в обществе в целом;
- изучение специфики коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоение этических норм и методов исследования коммуникации;
- выработка умения использовать специальную терминологию в области социальной коммуникации.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-3, УК-5) выпускника.

Содержание дисциплины: Введение в учебный курс. Психология индивидуальных различий. Самооценка, уровень притязаний, профессиональное саморазвитие. Самоорганизация и самоконтроль для реализации собственной деятельности. Планирование персональной деятельности. Индивидуальный личностный потенциал. Социальные коммуникации в профессиональной деятельности в условиях межкультурного взаимодействия. Преодоление барьеров для межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач. Стили коммуникации. Деловая коммуникация. Практические навыки деловой коммуникации.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Политология»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 2 (ДВ.2), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой политологии и международных отношений.

Основывается на базе дисциплин: «История России», «Философия», «Социология».

Является основой для изучения для всех экономических дисциплин, изучаемых впоследствии.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины: получение системных научных знаний в отношении основных проблем политической теории, связанных с определением её объекта и предмета, внутренней логики и методов анализа политических явлений, самых общих и базовых понятий (например, «власть», «политика», «государство», «политическая культура» и т. д.); привлечение внимания к институционально-правовым аспектам политики и в первую очередь к институтам государственной власти, управления, к принципам формирования и деятельности политических партий, общественных движений; иметь развёрнутое представление об основных этапах становления политической мысли; иметь развёрнутые представления о сложном и разнообразном мире анализа реальных политических явлений и процессов, что будут являться необходимым ориентиром для анализа возникающих в современном обществе политических противоречий и конфликтов, послужат импульсом к собственным размышлениям и выводам.

Задачами изучения дисциплины является:

сформировать у студентов стойкие знания о политических процессах в обществе;

осмыслить на глубоком теоретическом уровне процессы, происходящие в современном мире;

освоить и уметь применять основной понятийный аппарат;

усвоить содержание основных теоретических концепций классического политологического наследия;

уметь адекватно оценивать социальную и цивилизационную проблематику нынешнего времени;

получить навыки научно-системного анализа общественной реальности, социально-ответственного действия и поведения.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы. Предмет и методология науки о политике История политической мысли. Политическая система общества. Политическая власть и механизм ее функционирования. Политический режим. Демократия как форма организации. Политической жизни. Государство как основной политический институт. Политические партии и партийные системы. Гражданское общество. Политическая культура. Политическая идеология. Личность в политическом процессе. Политическая социализация личности. Политические элиты и политическое лидерство. Технологии политической деятельности. Международная политика

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,0 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Основы государственной политики»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 2 (ДВ.2), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой таможенного дела.

Основывается на базе дисциплин: «История России», «Философия», «Социология».

Является основой для изучения для всех экономических дисциплин, изучаемых впоследствии.

Цели и задачи дисциплины:

Дисциплина имеет своей целью дать студентам научное представление о политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о политике, понимание актуальных проблем управленческих аспектов в области государственной политики и возможностей повышения ее эффективности, изучить процессы развития основных институтов гражданского общества, привить навыки использования полученных знаний в области государственной политики, как в теоретическом, так и в практическом назначении.

Задачи дисциплины:

- привитие навыков использования категориального аппарата государственной политики для решения сложных управленческих задач в области государственного управления;
- овладение навыками анализа проблем государственного управления, современных социальных явлений и процессов в политике как механизме регулирования социальной сферы;
- формирование умения определять основные интересы различных субъектов политики, в том числе субъектов государственного управления, понимать и адекватно оценивать общие и частные (групповые) интересы различных субъектов политики; выявлять, рассматривать управленческие процессы с позиций различных субъектов политики;
- выработка способностей к инновативному, конструктивному мышлению, принятию политических решений в области государственного управления.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Содержание, принципы и методы государственной политики. Субъекты и объекты государственной политики. Основные направления государственной политики. Цикл проектирования государственной политики. Реализация государственной политики. Мониторинг государственной политики. Оценка эффективности государственной политики. Российская экономическая политика. Российская социальная политика. Российская

национальная политика. Российская экологическая политика. Российская международная политика. Региональная экономическая политика.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Правоведение»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 3 (ДВ.3), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой предпринимательского права и арбитражного процесса.

Основывается на базе дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности», «История России», «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология».

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – ознакомление студентов с целостным комплексом знаний о сущности, структуре и функциях права, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства; освещение основных понятий и принципов отдельных отраслей права: конституционного, административного, трудового, гражданского, предпринимательского, информационного, уголовного; привитие студентам навыков пользования нормативными правовыми актами. Задачи: формирование комплекса знаний о сущности, структуре и функциях права, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства; развитие навыков ориентирования в современном законодательстве и соотношении его положений с реальным состоянием правопорядка в государстве; выработка умения применять нормативные правовые акты на практике в профессиональной деятельности, а также для решения жизненных ситуаций; развитие законопослушной личности студентов; воспитание гражданской ответственности и чувства собственного достоинства, дисциплинированности, уважения к правам и свободам другого человека, демократическим правовым институтам, правопорядку; применение знаний по праву в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения безопасности жизнедеятельности; формированию способности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности в органах государственной власти, у работодателя или в процессе реализации права на предпринимательскую деятельность.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Право – особый вид социальных норм. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы предпринимательского права. Основы трудового права. Основы информационного права. Основы уголовного права.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,0 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Правовые основы профессиональной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 3 (ДВ.3), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой предпринимательского права и арбитражного процесса.

Основывается на базе дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности», «История России», «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология».

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – ознакомление студентов с целостным комплексом знаний о сущности, структуре и функциях права, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства; освещение основных понятий и принципов отдельных отраслей права: конституционного, административного, трудового, гражданского, предпринимательского, информационного, уголовного; привитие студентам навыков пользования нормативными правовыми актами. Задачи: формирование комплекса знаний о сущности, структуре и функциях права, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства; развитие навыков ориентирования в современном законодательстве и соотношении его положений с реальным состоянием правопорядка в государстве; выработка умения применять нормативные правовые акты на практике в профессиональной деятельности, а также для решения жизненных ситуаций; развитие законопослушной личности студентов; воспитание гражданской ответственности и чувства собственного достоинства, дисциплинированности, уважения к правам и свободам другого человека, демократическим правовым институтам, правопорядку; применение знаний по праву в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения безопасности жизнедеятельности; формированию способности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности в органах государственной власти, у работодателя или в процессе реализации права на предпринимательскую деятельность.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

Понятие права. Теория государства. Понятие, признаки, функции, сущность, система, источники права. Понятие, виды, структура правоотношения. Реализация права. Правонарушения. Основы конституционного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Основы уголовного права. Основы административного права. Правовые основы профессиональной деятельности.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Основы психологии и инклюзивного взаимодействия»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 4 (ДВ.4), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой психологии.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Политология», «Мотивационный менеджмент».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов умений грамотного использования психологических знаний в учебно-профессиональной и будущей практической деятельности, при организации межличностного взаимодействия в трудовых коллективах. Усвоение системы знаний об общих закономерностях и механизмах психики, средовых и социальных факторах, влияющих на развитие психики и сознания личности; развитие профессионального мышления студентов.

задачи:

формирование основных, базовых представлений о психике;

формирование понятийно-категориального аппарата общей психологии;

изучение методологических оснований научного понимания предмета психологии;

ознакомление с основными методами исследования психики;

изучение закономерностей и механизмов протекания психических явлений.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальных компетенций (УК-3, УК-9) выпускника.

Содержание дисциплины: Предмет, объект и методы психологии. Понятие о психике. Функции психики. Общая характеристика основных групп психических процессов. Психологический анализ понятий индивид, личность,

субъект индивидуальность. Исторический анализ развития учения о темпераменте. Ощущения. Внимание. Сущность и определение внимания. Общее понятие о мышлении. Понятие представления. Общее представление об эмоциях и эмоционально-чувственной регуляции. Понимание, сущность потребностей. Психика и деятельность, психика и поведение. Понятие и сущность и самооценки, её место в структуре личности. Понятие малой группы в психологии. Понятие "альтруизм". Понятие конфликта, его сущность. Проблема метода психологического исследования. Экспериментальный метод в психологии: разновидности эксперимента. Психологические тесты: опросник, тест-задание, проективные тесты. Моделирование в психологии.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Психология личности и группы»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть дисциплин по выбору 4 (ДВ.4), формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой психологии.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Политология», «Мотивационный менеджмент».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов умений грамотного использования психологических знаний в учебно-профессиональной и будущей практической деятельности, при организации межличностного взаимодействия в трудовых коллективах. Усвоение системы знаний об общих закономерностях и механизмах психики, средовых и социальных факторах, влияющих на развитие психики и сознания личности; развитие профессионального мышления студентов.

задачи:

формирование основных, базовых представлений о психике;

формирование понятийно-категориального аппарата общей психологии;

изучение методологических оснований научного понимания предмета психологии;

ознакомление с основными методами исследования психики;

изучение закономерностей и механизмов протекания психических явлений.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-3, УК-9) выпускника.

Содержание дисциплины: Предмет, объект и методы психологии.

Понятие о психике. Функции психики. Общая характеристика основных групп психических процессов. Психологический анализ понятий индивид, личность, субъект индивидуальность. Исторический анализ развития учения о темпераменте. Ощущения. Внимание. Сущность и определение внимания. Общее понятие о мышлении. Понятие представления. Общее представление об эмоциях и эмоционально-чувственной регуляции. Понимание, сущность потребностей. Психика и деятельность, психика и поведение. Понятие и сущность и самооценки, её место в структуре личности. Понятие малой группы в психологии. Понятие "альтруизм". Понятие конфликта, его сущность. Проблема метода психологического исследования. Экспериментальный метод в психологии: разновидности эксперимента. Психологические тесты: опросник, тест-задание, проективные тесты. Моделирование в психологии.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Физическая культура и спорт (элективные курсы)»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания.

Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – последовательное перманентное формирование физической культуры личности, воспитание здорового, всесторонне развитого, физически совершенного человека, готового к трудовой деятельности, воспитание морально-волевых качеств и потребности в здоровом образе жизни, использование полученных ценностей физической культуры в личной, общественной, профессиональной деятельности и в семье.

Задачи:

использование в своей практической деятельности знания основных теоретических положений физического воспитания;

развитие общих и специальных физических качеств с использованием различных средств физической культуры и спорта;

контроль и анализ динамики физической подготовленности;

планирование физической нагрузки и осуществление самоконтроля физического состояния и физических возможностей при выполнении силовых упражнений и упражнений с отягощениями;

выполнение базовых оздоровительных комплексов;

ориентация студентов на здоровый образ жизни без курения, алкоголя, наркотиков и других опасных склонностей, систематический самоконтроль,

соблюдение норм гигиены, сбалансированное питание.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Техника прыжков в длину и в высоту с места. Техника сгибания и разгибания рук в упоре лежа. Техника бега на короткие дистанции. Техника наклона туловища вперед из положения сидя. Техника челночного бега. Техника поднимания туловища в сед из положения лежа. Техника бега на средние и длинные дистанции. Оценка физических качеств. Техника прыжков со скакалкой. Техника приседания на одной ноге, держась за опору одной рукой. Техника тройного прыжка с места.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 0 зачетных единиц, 328 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины **«Физическая культура и спорт для лиц с ОВЗ»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания.

Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура».

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – последовательное перманентное формирование физической культуры личности, воспитание здорового, всесторонне развитого, физически совершенного человека, готового к трудовой деятельности, воспитание морально-волевых качеств и потребности в здоровом образе жизни, использование полученных ценностей физической культуры в личной, общественной, профессиональной деятельности и в семье.

Задачи:

использование в своей практической деятельности знания основных теоретических положений физического воспитания;

развитие общих и специальных физических качеств с использованием различных средств физической культуры и спорта;

контроль и анализ динамики физической подготовленности;

планирование физической нагрузки и осуществление самоконтроля физического состояния и физических возможностей при выполнении силовых упражнений и упражнений с отягощениями;

выполнение базовых оздоровительных комплексов;

ориентация студентов на здоровый образ жизни без курения, алкоголя, наркотиков и других опасных склонностей, систематический самоконтроль, соблюдение норм гигиены, сбалансированное питание.

Дисциплина нацелена на формирование
универсальных компетенций (УК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Техника прыжков в длину и в высоту с места. Техника сгибания и разгибания рук в упоре лежа. Техника бега на короткие дистанции. Техника наклона туловища вперед из положения сидя. Техника челночного бега. Техника поднимания туловища в сед из положения лежа. Техника бега на средние и длинные дистанции. Оценка физических качеств. Техника прыжков со скакалкой. Техника приседания на одной ноге, держась за опору одной рукой. Техника тройного прыжка с места.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 0 зачетных единиц, 328 часов.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Русский язык и культура речи»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть факультативных дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой славянской филологии.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» является изучение основных норм русского литературного языка, необходимых специалисту в сфере деловой и профессиональной коммуникации, а также актуализация эффективных способов осуществления профессиональной коммуникации в устной и письменной формах. В результате изучения курса, обучающийся формирует и совершенствует коммуникативную компетенцию, способность демонстрировать в устном общении и письменной речи личную и профессиональную культуру.

Задачи:

формирование и развитие автономности учебно-познавательной деятельности студента по овладению русским языком в сфере профессиональной коммуникации, что предполагает развитие практических навыков использования родного языка в ситуациях устной и письменной профессиональной коммуникации.

формирование практических умений работы со специальной терминологией и расширение терминологического аппарата в профессиональной области для практического использования в различных формах и видах деловой коммуникации; социокультурных знаний в области коммуникативной компетенции будущего специалиста.

повышение уровня общей гуманитарной культуры речевого поведения обучаемых в сферах устной и письменной коммуникации, формирование уважительного отношения к национальным духовным ценностям, общей профессиональной культуры.

изучение основных правил, законов и литературных норм письменного и устного общения для осуществления коммуникации в личной и деловой сферах общения.

формирование навыков составления и ведения официально-деловой документации в соответствии с нормативно-правовой базой.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций:

универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

Язык как универсальная полифункциональная знаковая система. Русский язык в профессиональной деятельности. Литературная норма как основа, обеспечивающая профессиональную коммуникацию. Лексические нормы языка профессионального общения. Морфологические нормы современного русского языка. Функциональные разновидности литературного языка. Научный стиль. Научная коммуникация как составляющая профессиональной деятельности. Официально-деловой стиль речи. Правила оформления документов. Служебная и личная документация. Деловая корреспонденция. Основы деловой риторики. Понятие речевого воздействия. Контрольная работа.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,0 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Основы научных исследований в маркетинге»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть факультативных дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Маркетинг», «Менеджмент», «Региональная экономика», «Деловые коммуникации», «Классики научного и практического маркетинга».

Является основой для изучения экономических дисциплин, изучаемых впоследствии, согласно учебного плана.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Основы научных исследований в маркетинге» является формирование у обучающихся способности творчески мыслить; развитие потребности и готовности самостоятельно выполнять научно-исследовательские работы; формирование и развитие исследовательской компетентности.

Задачами данного курса является получение студентами:

знаний о сущности, основных этапах развития, структуре, классификации науки;

знаний об основах системного подхода и его роли в научном исследовании;

знаний о методах научных исследований и особенности их использования

при решении проблем социально-экономического развития;

умений формулировать актуальные научные проблемы в области маркетинга,

умений формулировать цели научного исследования; разрабатывать программу научного исследования;

навыков проведения научных исследований в маркетинге;

навыков систематизировать, обобщать и применять результаты собственного научного исследования в профессиональной области.

Дисциплина нацелена на формирование

универсальной (УК-1) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Наука и ее роль в современном обществе. Организация научно-исследовательской работы. Наука и научное исследование. Методологические основы научных исследований. Выбор направления и обоснование темы научного исследования. Поиск, накопление и обработка научной информации. Научные работы. Написание научных работ. Оформление и защита научных работ.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Медиамаркетинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина входит в часть факультативных дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг, современные концепции и технологии», «Маркетинговая коммуникационная политика».

Является основой для изучения экономических дисциплин, изучаемых впоследствии, согласно учебного плана.

Цели и задачи дисциплины.

Является формирование теоретических знаний и практических навыков – учить распознавать и объяснять механизмы функционирования современных медиасистем, фиксировать основные тенденции и прогнозировать дальнейший ход развития медиаиндустрии. Сформировать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, позволяющих привлекать финансовые и материальные средства для реализации проектов, в сфере культуры и искусства, в сфере международного сотрудничества, в сфере науки и образования и научить основам планирования и реализации проектов, овладеет правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона.

Задачами изучения дисциплины «Медиамаркетинг» является:

Дать студентам знания основ медиамаркетинга и фандрайзинга;

закрепить навыки формирование комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед медиапредприятием в конкурентной среде, а также основных средствах и инструментах их решения;

закрепить развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования;

сформировать способности разрабатывать коммуникационные кампании по продвижению медиапредприятий и их продуктов на рынке;

способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

формирование у студентов представлений о современных тенденциях в развитии теоретических основ и практики Интернет - маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений;

сформировать умение ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ;

закрепить ознакомление с основными понятиями и категориями, применяемыми в фандрайзинге;

изучить основные направления грантовой поддержки международных и национальных фондов и программ;

изучить основные этапы разработки и выполнения проектов в фандрайзинге.

Дисциплина нацелена на формирование

профессиональной (ПК-6) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Маркетинг и маркетинговый комплекс в медиаиндустрии.

Методы маркетингового анализа. Составление маркетингового плана медиакомпаний и медиапродукта. Медиа-исследования в маркетинге. Разработка медиабренда. Маркетинговые коммуникации СМИ и их медиапродуктов. Дистрибуция в медиаотрасли. Ценообразование в цифровых СМИ.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.