

**Аннотации к рабочим программам
направление 38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
очно-заочная форма на базе ВО
учебный план 2015 г.**

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Иностранный язык
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Целью дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.</p> <p>Владение иностранным языком позволяет реализовать такие аспекты профессиональной деятельности, как ознакомление с новыми технологиями и открытиями, содействие налаживанию международных связей, обеспечивая повышение уровня профессиональной компетенции специалиста.</p> <p>Воспитательный и развивающий потенциалы курса иностранного языка реализуются в возможности изучить научное и культурное наследие других стран, в формировании культуры мышления и способности к обобщению, анализу, восприятию информации.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<p>1. Формировать коммуникативную компетенцию, включающую следующие ее компоненты:</p> <p>речевая компетенция: развитие коммуникативных умений в четырех видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении, письме) в ситуациях неофициального/официального общения и при чтении и переводе несложных прагматических и общетехнических текстов по широкому профилю специальности;</p> <p>языковая компетенция: овладение фонетическими и лексическими (4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера) языковыми средствами; формирование грамматических умений и навыков, обеспечивающих коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении общего и профессионального характера в соответствии с изучаемыми темами и ситуациями общения;</p> <p>социокультурная компетенция: приобщение к культуре, традициям, реалиям и правилам речевого этикета стран изучаемого языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающим опыту и интересам студентов;</p> <p>компенсаторная компетенция: развитие умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств, при получении и передаче информации;</p> <p>учебно-познавательная компетенция: дальнейшее развитие общих и специальных учебных умений, универсальных способов деятельности, включая использование новых</p>

	<p>информационных технологий.</p> <p>2. Обеспечить овладение студентами иностранным языком на уровне не ниже разговорного.</p> <p>3. Способствовать формированию общекультурных и профессиональных компетенций в рамках избранной профессии.</p>
Основные разделы дисциплины:	<p>1) Я и мой город</p> <p>2) Наш университет</p> <p>3) Высшее образование в России и за рубежом</p> <p>4) Страны изучаемого языка</p> <p>5) Работа и путешествие</p> <p>6) Места для жизни и отдыха</p> <p>7) Экономика организаций</p> <p>8) Формы организации предприятия</p> <p>9) Моя будущая профессия. Варианты трудоустройства</p> <p>10) Банки и финансы</p> <p>11) Бухгалтерский учет</p> <p>12) Налогообложение</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию</p> <p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	6 з.е.
Всего часов по учебному плану:	216 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачёт (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Иностранные языки»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«История»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Дисциплина «История» призвана дать студентам современное и целостное представление об основных этапах и содержании истории России в контексте мирового исторического процесса.</p> <p>Цель учебного курса «История» – обеспечить на университетском уровне аспект гуманитарного образования, сформировать историческое мышление студентов как структурную часть профессиональной подготовки в соответствии с современными тенденциями развития общества, содействовать воспитанию патриотизма, гражданственности.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – показать место истории в системе гуманитарных наук и в обществе, формирование ее основных понятий и категорий; – осознать основные проблемы истории России в органической взаимосвязи с мировой историей, проанализировать общее и особенное в отечественной истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе; – научить элементам самостоятельного исторического мышления, способности логически мыслить, анализировать, обобщать и оценивать исторические события и процессы; – развивать интерес студенческой молодёжи к истории, природе родного края, воспитывать у студентов любовь к Отчизне, родному краю, городу, вузу.
Основные разделы дисциплины:	<p>1. История как наука: Человек во времени и пространстве. Человек и общество. Законы истории и разумная деятельность человека. Историческое время. Цели, ценности и идеалы в развитии общества. Историческое знание и исторический опыт. Методы и источники изучения истории. Исторические школы и историки. Феномен Руси. Русские: происхождение, миграция, особенности национального самосознания. Русские и другие народы Евразии.</p> <p>2. Основные этапы становления и эволюции российской государственности в контексте европейской истории. IX-XVII вв.</p> <p>2.1. Киевская Русь. Восточные славяне в древности. Предпосылки образования государства. От общества военной демократии к раннефеодальной монархии. Социально-экономический строй Киевской Руси. Принятие христианства. Русь и Европа. Заселение Нижне-Волжского региона.</p> <p>2.2. Эволюция восточнославянской государственности в XI-XII вв. Внутренние и внешнеполитические изменения</p>

в жизни Русских земель в XIII-XV вв. Русь и Орда: проблемы взаимовлияния. Степное Поволжье в XI-XV вв.

2.3. Борьба Москвы за лидерство в восточно-европейской политике. Усиление княжеской власти. Освобождение от вассальской зависимости Золотой Орды и завершение образования Московского государства. Формирование самодержавия. Реформы 50-х гг. XVI в.

2.4. Смутное время, его причины, сущность. Начало династии Романовых. Усиление централизованного государства и возрастание его роли. Поволжский край в XVI-XVII вв.

3 XVIII век – век модернизации и просвещения. Начало новой эры в развитии России. Российская империя: государственное устройство, характер и специфика политического, экономического и социокультурного развития. Наследие Петра I и «эпоха дворцовых переворотов». Просвещенный абсолютизм в России: его особенности, содержание, противоречия.

Царицын в XVIII веке.

4 Россия в XIX веке. Особенности и основные этапы экономического развития России. Эволюция форм собственности на землю. Крепостное право в России. Становление индустриального общества в России: общее и особенное. Реформы и реформаторы в России. Политические партии России: генезис, классификация, программы, тактика.

Социально-экономическое развитие Царицына в конце XIX в.

5 Россия в эпоху войн и революций начала XX века.

Россия в начале XX века. Объективная потребность индустриальной модернизации России. Политические партии России: генезис, классификация, программы, тактика. Царицын в 1-ое десятилетие XX в.

Первая мировая война: причины и последствия. Россия между двумя революциями: февраль 1917 – октябрь 1917. Причины победы большевиков в октябре 1917 года. Декреты Советской власти. Формирование большевистского режима и Гражданская война в России 1918–1920 гг. Российская эмиграция. Республика Советов в 1918–1920 гг. Политика «военного коммунизма». Царицын в 1917 – 1920 гг.

6. Социально-экономические преобразования в СССР в 20–30-е годы XX века.

Россия в 20-е гг. НЭП. Формирование однопартийного политического режима. Образование СССР. Культурная жизнь страны в 20-е гг. Внешняя политика.

Царицын в 1917 – 1920 гг.

Курс на строительство социализма в одной стране и его последствия. Социально-экономические преобразования в 30-е гг.

	<p>Сталинград в 30-е годы. Усиление режима личной власти Сталина. Сопротивление сталинизму.</p> <p>7. СССР накануне и в период второй мировой войны. Великая Отечественная война (1941–1945 гг.)</p> <p>СССР накануне и в начальный период второй мировой войны. Великая Отечественная война. Сталинградская область в годы войны. Развитие СССР в послевоенные годы.</p> <p>8 Россия во второй половине XX – начале XXI вв. «Холодная» война». Реформы Н. Хрущева и период «развитого социализма». Причины застойных явлений в обществе. Перестройка общественной системы в России в 1985–1991 гг. Распад СССР. Октябрьские события в 1993 г. Становление новой российской государственности. (1991–2015 гг.). Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации. Место и роль России в мировом сообществе цивилизаций</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>
Общая трудоемкость:	4 з. е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«История, культура и социология»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Философия
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование духовного мира личности, осознающей свое достоинство и место в обществе, цель и смысл своей жизни и социальной активности, а поэтому ответственной за свои поступки, способной принимать соответствующие решения. Формирование целостного философского мировоззрения.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - познакомить с основными историко-философскими концепциями прошлого и настоящего; раскрыть сущность философского знания, онтологических, гносеологических, аксиологических, антропологических, социально-философских проблем, сущность основных философских понятий и категорий; - научить рациональному и критичному размышлению над глубинными ценностями и ориентирами человеческой жизни, находить возможность диалога и принятия решений с пониманием всей глубины ответственности за них; - сформировать адекватную современным требованиям мировоззренческую и методологическую культуру; - доказать, что в условиях техногенной и информационной цивилизации профессиональная деятельность, и в первую очередь, производственно-техническая, не терпит интеллектуальной ограниченности и безразличия к ее социальным, экологическим и психологическим последствиям; - показать, что именно философско-методологический анализ, соотносящий специально-научные и технические задачи с масштабом гуманистических ценностей, позволяет представить разнообразные технические, социально-экономические и культурные проблемы единым системным образом;
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Философия, ее предмет и место в культуре 2. Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии. 3. Философская онтология 4. Теория познания 5. Философия и методология науки 6. Социальная философия и философия истории 7. Философская антропология 8. Философские проблемы области профессиональной деятельности
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного</p>

	<p>взаимодействия</p> <p>ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Философия и права»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Социальная ответственность бизнеса»
Направление подготовки:	38.03.02 - Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО))
Цель изучения дисциплины:	Цель изучения дисциплины - овладение современными концепциями управления организацией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности организации.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> –формирование у студентов целостного представления о сущности и значении социальной ответственности бизнеса; –изучение практического опыта российских и зарубежных организаций в области управления социальной ответственностью бизнеса; – приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления социальной ответственностью бизнеса; –овладение навыками анализа и оценки эффективности управления социальной ответственностью бизнеса;
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие ответственности в менеджменте, источники ответственности. 2. Типология социальной ответственности, определение «социальной ответственности бизнеса». 3. Система и механизмы реализации социальной ответственности бизнеса. Основные общественные организации, выражающие интересы бизнеса в РФ. 4. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности (КСО). 5. Концепции стейкхолдеров и корпоративного гражданства, роль и значение власти в ведении бизнеса в РФ. 6. Потребность, необходимость и возможность социальной ответственности бизнеса. 7. Построение системы социальной ответственности бизнеса, функции и принципы построения системы. 8. Образовательный и интеллектуальный потенциал в системе социальной ответственности бизнеса предприятия (организации).
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;</p> <p>ОПК-3 способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;</p> <p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания,</p>

	<p>осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;</p> <p>ПК-7 владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра-разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Основы правовых знаний»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины является формирование целостного и всестороннего представления об общих принципах регулирования и структурном единстве российской правовой системы, содействие пониманию и характеристике места и роли правового обеспечения политических, экономических, социальных и духовно-нравственных процессов современного российского общества, развитие способности использовать основы правовых знаний в будущей профессиональной деятельности.
Задачи изучения дисциплины:	проанализировать необходимость и закономерность возникновения государства и права; - раскрыть основные этапы развития правовой мысли, рассмотреть правовые семьи как культурно обусловленные механизмы правового регулирования; - организовать усвоение студентами основных правовых категорий и понятий и закрепление умения оперировать ими; - рассмотреть основные понятия и категории правовых знаний (норма права, предмет и метод правового обеспечения); - вскрыть и рассмотреть содержание правоотношения (субъект, объект, стороны, содержание, юридический факт, событие, действие, сделка, договор); - разъяснить понятия правонарушения, преступления, виды юридической ответственности; - раскрыть деление российской правовой системы на отрасли права, ознакомить с принципами, предметами правового регулирования основных отраслей права (конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного, экологического), уделить внимание правовому обеспечению информационной безопасности; - побудить студентов самостоятельно ознакомиться с основными законами Российской Федерации; - содействовать развитию у студентов навыков и умений самостоятельно расширять и углублять правовые знания; укрепить убеждение в недопустимости и противодействию коррупционного поведению, экстремизма и терроризма; - повысить правовую культуру студентов – будущих специалистов.
Основные разделы дисциплины:	Право как форма социального регулирования. Правоотношение. Правонарушение и юридическая ответственность. Структура правовой нормы. Основы конституционного права. Особенности федеративного устройства России. Правовой статус личности. Основы гражданского права. Лица. Вещи. Право собственности,

	<p>правомочия, сделки, обязательства. Основы семейного права. Брак. Условия и порядок заключения и расторжения брака. Права и обязанности родителей и детей. Основы трудового права. Виды трудовых договоров. Рабочее время и время отдыха. Трудовая дисциплина. Основы административного и уголовного права. Административное правонарушение и уголовное преступление. Состав преступления. Понятие и цели наказания. Система и виды наказаний. Противодействие коррупции; Противодействие экстремизму и терроризму; Основы экологического права. Принципы и объекты охраны окружающей среды и природопользования. Основы информационной права. Правовые основания защиты государственной тайны.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию</p>
<p>Общая трудоемкость дисциплины:</p>	2 з.е.
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	72 час.
<p>Форма итогового контроля по дисциплине:</p>	Зачет (1 семестр)
<p>Форма контроля СРС по дисциплине:</p>	Контрольная работа (1 семестр)
<p>Кафедра – разработчик программы:</p>	«Философия и право»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Безопасность жизнедеятельности
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Научить будущих специалистов применять теоретические знания и практические навыки, полученные при изучении дисциплины, для создания безопасности и безвредных условий жизнедеятельности, проектирования новых технологических процессов в соответствии с требованиями безопасности и экологичности с учетом устойчивости функционирования объектов экономики и технологических систем, прогнозирования и принятия грамотного решения в условиях чрезвычайных ситуаций по защите производственного персонала предприятия и населения от последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
Задачи изучения дисциплины:	Дисциплина изучает среду обитания в целом и производственную среду, в которой в процессе трудовой деятельности на человека действуют опасные и вредные производственные факторы. Предметом изучения БЖД являются опасности и защита от них. В этом направлении БЖД решает три взаимосвязанные задачи: идентификацию опасностей, защиту от опасностей на основе сопоставления затрат и ликвидацию возможных (исходя из концепции остаточного риска) отрицательных опасностей. Дисциплина БЖД направлена на повышение гуманитарной подготовки студентов вузов и базируется на знаниях, полученных социально - экономических, общенаучных дисциплин.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современное состояние и негативные факторы среды обитания; 2. Принципы обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания, рациональные условия деятельности; 3. Последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов, принципы их идентификации; средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнедеятельности в техносфере; 4. Методы повышения устойчивости функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях; 5. Мероприятия по защите населения и персонала объектов экономики в чрезвычайных ситуациях, в том числе и в условиях ведения военных действий, и ликвидация последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий; 6. Правовые, нормативные, организационные и экономические основы безопасности жизнедеятельности; 7. Методы контроля и управления условиями жизнедеятельности.
Планируемые результаты обучения	ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию ОК-8 способность использовать приёмы оказания первой

(перечень компетенций):	помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Промышленная экология и безопасность жизнедеятельности»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Информационные технологии
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО))
Цель изучения дисциплины:	Ознакомление студентов с основными направлениями развития современных информационных технологий, важнейшими разделами системного анализа, математической логики, теории принятия решений, информатики и логики для применения полученных знаний в решении практических задач, повышения уровня научной культуры, развития логичности и конструктивности мышления, формирования систематизированных знаний в области информационных технологий.
Задачи изучения дисциплины:	Изучение дисциплины решает следующие задачи по формированию знаний и умений у обучающихся: <ul style="list-style-type: none"> - формирование основных понятий информационных структур и методов их синтеза и анализа; - формирование понятий отношений между различными уровнями информационных структур; - обучения глубоким принципам работы современных офисных пакетов прикладных программ; - обучения принципам электронного документооборота и соответствующего специализированного программного инструментария; - изучение основ работы со специализированными современными программными пакетами для проведения сложных математических и инженерных расчетов.
Основные разделы дисциплины:	Понятие информации. Свойства информации. Основные законы логики. Информационные технологии и системы. Технологические уклады и длинные волны Кондратьева. Теория технологических укладов. Основы теории систем и системного анализа. Теория и методы принятия решений. Виды выводного знания и типовые задачи принятия решений. Теория управления. Основные подходы в управлении. Принципы менеджмента
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности ПК10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.

Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет с оценкой (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Информационные системы в экономике»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Математика»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование у студентов системного подхода к решению прикладных задач. Освоение основных понятий и методов курса математики. Создание базы, на основе которой студенты должны изучать другие математические дисциплины.
Задачи изучения дисциплины:	Обучение студентов работе с основными математическими объектами и методами.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дифференциальное исчисление функции одной и многих переменных. 2. Неопределенный и определенный интегралы 3. Числовые и функциональные ряды. 4. Матрицы и определители. 5. Системы линейных уравнений. 6. Геометрия прямых и плоскостей. 8. Элементы векторной алгебры. Векторные и евклидовы пространства. 9. Линейные и квадратичные формы. Кривые второго порядка. 10. Теория вероятностей и математическая статистика.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ПК-10-владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-13-умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p>
Общая трудоемкость:	10 з. е.
Всего часов по учебному плану:	360 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1)
Кафедра – разработчик Рабочей программы:	«Прикладная математика»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Экономическая теория
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Дать основы систематических общих знаний в области экономической теории и её основных разделов - микро- и макроэкономики, с учетом специфики российских реформ
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомление со структурой, основными механизмами развития и функционирования экономических систем; - обучение студентов навыкам использования полученных знаний при анализе основных микро- и макроэкономических явлений; - рассмотрение экономической системы российского общества, этапов ее развития и современного состояния;
Основные разделы дисциплины:	<p>Общие основы экономического развития Предмет и метод экономической теории Рынок как экономическая система Субъекты и объекты экономического развития Фирма, ее издержки и прибыль Основы теории спроса и предложения Введение в макроэкономику. Предмет макроэкономики, ее цели. Измерение результатов экономической деятельности. Государство в рыночной экономике. Макроэкономическое равновесие. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица, инфляция. Экономический рост и способы его измерения.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	8 з.е.
Всего часов по учебному плану:	288 час.
Форма итогового контроля по	Экзамен (1семестр)

дисциплине:	
Форма контроля СРС по дисциплине:	Курсовая работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Мировая экономика и экономическая теория»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Менеджмент»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины «Менеджмент» является формирование у студентов основополагающих знаний по теоретическим вопросам менеджмента для понимания всего многообразия процессов, происходящих в организационных системах различных видов; для успешного решения задач при дальнейшей профессиональной деятельности и для усвоения последующих дисциплин профессиональной подготовки по направлению «Менеджмент».
Задачи изучения дисциплины:	Структурирование информации о достижениях управленческой мысли в различные периоды истории, ознакомление с современными отечественными и зарубежными моделями, подходами, школами управления и менеджмента, изучение основных законов и принципов построения и функционирования различных организационных систем, овладение методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в объектах управления и оценки их состояния, формирование потенциала интеграции все знаний, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера
Основные разделы дисциплины:	<p>Цель, задачи, методология дисциплины менеджмент, основные понятия и определения</p> <p>История менеджмента. Классификация школ менеджмента . Особенности национальной деловой культуры в системе современного менеджмента.</p> <p>Организация как объект менеджмента. Характеристики организаций. Формальные и неформальные организации. Внешняя среда организации.</p> <p>Организационная культура. Понятие, содержание, структура и классификация организационной культуры</p> <p>Функции современного менеджмента Планирование как основная функция менеджмента. Целеполагание, Организация. Мотивация. Контроль</p> <p>Связующие процессы в менеджменте. Процесс принятия управленческих решений. Делегирование, полномочия и принятие ответственности в менеджменте. Коммуникации в менеджменте</p> <p>Руководство и администрирование. Власть и влияние. Стили управления.</p> <p>Конфликтность в менеджменте Определение понятия «конфликт». Типы конфликтов. Причины конфликтов в организациях.</p> <p>Ресурсы, качество и эффективность менеджмента</p> <p>Потенциал управления. Пути повышения эффективности</p>

	менеджмента
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ОПК-3 способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-2 владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p> <p>ПК-20 владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Мировая экономика
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование у студентов теоретических знаний о мировой экономике, формах и эволюции международных экономических отношений и практических навыков анализа новых явлений в мирохозяйственных связях в условиях глобализации мирового хозяйства. Знания, полученные в результате изучения дисциплины необходимы и для реализации теоретических знаний и практических навыков в будущей деятельности выпускников бакалавриата при обучении в магистратуре, для реализации их знаний в трудовой деятельности на отраслевых предприятиях региона.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – формирование комплекса знаний о мировой экономике как о целостной системе, включающей экономики всех стран мирового сообщества; – выявление факторов, влияющих на успешное осуществление экономической политики или, наоборот, блокирующих ее реализацию и ведущих к кризисам, безработице, ухудшению социально-экономического положения населения; – выработка системного подхода к анализу направлений развития мирового хозяйства и современных международных экономических отношений; – формирование представления о месте России в мировой экономике и в мирохозяйственных связях; – использование информации о состоянии мировой экономики и отдельных ее сфер для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности, применимых в их деятельности в отраслях региона.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1 Современные тенденции развития мировой экономики; 2 Международные интеграционные процессы в мировой экономике; 3. Международные организации в системе мировой экономики 4. Отраслевая структура мировой экономики и экономика регионов мира 5. Международная финансовая система. 6. Глобализация мирохозяйственных связей. 7. Экономический потенциал мирового хозяйства и глобальные проблемы человечества.
Планируемые	ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и

результаты обучения (перечень компетенций):	<p>оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.</p> <p>ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Мировая экономика и экономическая теория»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Организация и технологии отрасли»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины – дать студентам начальные знания по важнейшим отраслям промышленности, структуре предприятия, типам промышленного производства, организации производственного процесса, а также ознакомить со структурой современного машиностроительного производства, основными свойствами и назначением конструкционных материалов, способами их получения и обработки различными технологическими методами.
Задачи изучения дисциплины:	Получение знаний об отраслевой структуре экономики, важнейших отраслях производственной сферы, типах промышленного производства. Изучение структуры современного машиностроительного производства, свойств конструкционных материалов и физической сущности способов их получения. Ознакомление с физической сущностью получения заготовок и деталей различными технологическими методами. Изучение вопросов контроля качества изделий и технико-экономических аспектов различных технологических процессов. Овладение методикой пользования научно-технической литературой, в кратчайшие сроки в большом потоке информации находить необходимые издания и разделы, самостоятельно систематизировать собранный материал.
Основные разделы дисциплины:	Организация производственного процесса на предприятиях отрасли. Основы металлургического производства. Основы технологии обработки металлов давлением. Основы технологии литейного производства. Основы технологии сварочного производства. Основы обработки конструкционных материалов резанием.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОК-6 - владение способностью к самоорганизации и самообразованию ОПК-6 -владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Технология материалов»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Институциональная экономика»
Направление подготовки:	38.03.02 – «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	"Маркетинг"
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Данный курс ставит целью сформировать у студентов навыки институционального анализа ситуаций хозяйственной жизни, а также практические умения моделировать и прогнозировать поведение экономических субъектов в определенных институциональных рамках для принятия эффективных управленческих решений.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – дать представление о месте и роли институционального анализа в системе экономических наук; – сформировать у студентов целостное представление о содержании институционального развития экономики; – продемонстрировать возможности использования институционального аппарата для анализа широкого спектра экономических проблем, связанных с организацией управленческого процесса; – выработать у студентов практические навыки самостоятельного анализа ситуаций и решения задач с применением институционального подхода.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Институционализм как направление экономической мысли 2. Методология институционального анализа 3. Теория трансакционных издержек 4. Теория прав собственности 5. Теория контрактов 6. Теория фирмы 7. Институциональная теория государства 8. Внелегальная экономика 9. Теория институциональных изменений 10. Институциональный анализ российской экономики
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей</p>

	экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	контрольная работа (2 семестр)
Кафедра-разработчик программы:	«Мировая экономика и экономическая теория»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Управление человеческими ресурсами
Направление подготовки:	38.03.02 - Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Целью освоения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» - дать студентам основы систематических общих знаний в области управления человеческими ресурсами (УЧР), позволяющие формировать стратегию и тактику управления персоналом, разрабатывать механизм их реализации, определять направления развития человеческих ресурсов с учетом мирового опыта и российской специфики</p> <p>В связи с этим основной целью курса является формирование у студентов знаний в области управления человеческими ресурсами, понимании международного и российского опыта в данной сфере.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомление с методологическими, методическими и практическими основами управления человеческими ресурсами; - изучение основных этапов процесса управления человеческими ресурсами; - овладение методами оценки эффективности работы отдела ЧР; - рассмотрение вопросов обеспечения организации трудовыми ресурсами и выявление направлений и проблем их развития.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие УЧР. 2. Диагностическая УП-модель. 3. Планирование ЧР. 4. Анализ и проектирование рабочих процессов и рабочих мест. 5. Должностное структурирование. 6. Система найма персонала. 7. Адаптация персонала. 8. Обучение персонала. 9. Оценка труда и оценка персонала. 10. Система заработной платы. 11. Планирование карьеры и кадровый резерв. 12. Организационная культура. 13. Оценка эффективности деятельности кадровых служб.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-3: способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ПК-1: владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и</p>

	<p>оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-2: владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Экономика предприятия»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	формирование у студентов комплекса знаний о социально-экономическом и административно-хозяйственном механизме процесса создания материально-вещественных благ, т.е. вопросов обеспечения постоянного и достаточного размера чистого дохода при эффективном использовании производственных ресурсов, минимизации текущих издержек производства и номенклатуры выпускаемой продукции, рациональном объеме ее производства с учетом конкурентоспособности и спроса.
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1) изучение и понимание студентами сути теоретических положений курса, законов и закономерностей, а также современных концепций организации операционной деятельности; 2) изучение экономического механизма функционирования предприятия; 3) усвоение теоретических основ и формирование навыков расчета и анализа системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта; 4) формирование способности оценивать эффективность использования производственных и трудовых ресурсов, а также различных систем учета и распределения затрат и способности принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета; 5) формирование способности анализировать информацию об операционной деятельности организации и использовать результаты анализа для подготовки управленческих решений; 6) приобретение навыков оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, а также анализа поведения потребителей и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; 7) приобретение навыков по разработке мероприятий по улучшению производственной деятельности предприятия.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики. Внешняя и внутренняя среда организации 2. Основные производственные фонды предприятия (ОПФ) 3. Обратные средства предприятия. 4. Трудовые ресурсы предприятия.

	<p>5. Себестоимость продукции</p> <p>6. Основы ценообразования.</p> <p>7. Результаты деятельности предприятия</p> <p>8. Эффективность производства: оценка и управление.</p> <p>9. Основы экономического анализа</p> <p>10. Формы общественной организации производства</p> <p>11. Инвестиционная деятельность предприятия</p> <p>12. Корпоративное управление</p> <p>13. Антимонопольное регулирование</p> <p>14. Антикризисное управление</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ПК-4. Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.</p> <p>ПК-9. Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.</p> <p>ПК-10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.</p>
Общая трудоемкость:	5 з. е.
Всего часов по учебному плану:	180 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (1 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Социология
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Дать студентам глубокие знания теоретических основ и закономерностей функционирования социологической науки, выделяя ее специфику, раскрывая принципы соотношения методологии и методов социологического познания.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомить студентов с основными понятиями в области социологии; - рассмотреть социологические теории; - изучить принципы взаимодействия личности и общества; - изучить методологию и методы конкретного социологического исследования.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Социология как наука 2. Общесоциологические теории 3. Мировая система и процессы глобализации 4. Теории «среднего уровня» 5. Методология и методы конкретного социологического исследования 6. Общество как социальная система 7. Общество и социальные институты 8. Социальная структура общества 9. Личность и общество 10. Личность и общность 11. Культура как фактор социальных изменений 12. Социальные процессы как объект изучения социологии
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;</p> <p>ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«История, культура и социология»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Маркетинг»
Направление подготовки:	направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Маркетинговая деятельность в современной рыночной экономике давно признана важнейшей неотъемлемой частью хозяйственной деятельности любого экономического субъекта, не зависимо от сферы деятельности и формы собственности.</p> <p>Понятие «маркетинг» весьма многогранно, оно может трактоваться с позиций как науки, теоретических положений, так и с точки зрения практической деятельности, осуществляемой по определенным правилам специализированными службами, организациями, работниками.</p> <p>Практическая реализация положений данной науки в российских условиях не всегда оказывается адекватной. Маркетинговые службы и специалисты - маркетологи имеют место во все увеличивающемся количестве предприятий и фирм, но под сомнением остается эффективность их деятельности, применимость теоретических положений к практической деятельности в условиях отечественного рынка, квалификация и опыт работников. В связи с этим, практика маркетинговой деятельности должна рассматриваться как живое, постоянно развивающееся явление, требующее изучения и критического осмысления соответствующими специалистами.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<p>В ходе изучения курса «Маркетинг» ставятся задачи формирования знаний в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и основные понятия маркетинга; - порядок и методика проведения маркетинговых исследований; - сущность товарной, ценовой, сбытовой политики и политики продвижения; - оценка эффективности маркетинговой деятельности - изучение различных видов маркетинга.
Основные разделы дисциплины:	<p>Основные понятия, сущность, принципы, концепции и виды маркетинга: определение маркетинга, принципы маркетинга, функции маркетинга, концепции маркетинга, виды маркетинга, роль маркетинга в деятельности современной организации.</p> <p>Маркетинговая среда: микросреда маркетинга, макросреда маркетинга.</p> <p>Процесс управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, выбор целевого сегмента рынка, разработка комплекса маркетинга, организация и контроль маркетинговой деятельности.</p> <p>Маркетинговые исследования. Сегментация рынка. Оценка</p>

	<p>емкости и конъюнктуры рынка: этапы процесса маркетинговых исследований, направления проведения маркетинговых исследований, методы проведения маркетинговых исследований, понятие и способы оценки емкости и конъюнктуры рынка.</p> <p>Составляющие товарной политики организации: управление товарным ассортиментом, разработка товарного знака, разработка новых товаров, разработка упаковки и маркировки товаров, поддержание и повышение определенного уровня качества и конкурентоспособности товаров.</p> <p>Составляющие и этапы формирования ценовой политики: этапы процесса ценообразования, подходы к проблеме ценообразования.</p> <p>Формирование политики товародвижения: понятие и типы каналов товародвижения, понятие и составляющие оптовой торговли, розничная торговля.</p> <p>Коммуникационная политика организации: понятие, виды и роли рекламы, методы стимулирования сбыта, методы связей с общественностью, понятие и порядок проведения персональной продажи.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Курсовая работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Бухгалтерский учет и анализ»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	является формирование у студентов теоретических знаний в области бухгалтерского учета и анализа, приобретение практических навыков по ведению бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ознакомление с системой нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности в РФ; 2. раскрытие сущности основных понятий и принципов в области бухгалтерского учета и анализа; 3. получение знаний и навыков по формированию полной и достоверной информации о деятельности организации и ее имущественном положении; 4. рассмотрение порядка классификации имущества по роли в процессе производства и источникам его образования; 5. понимание сущности экономических явлений и процессов, определение влияния факторов, умение оценивать достигнутые результаты, выявление резервов повышения эффективности производства; 6. ознакомление студентов с методикой проведения анализа хозяйственно-финансовой деятельности для принятия обоснованных решений по данным бухгалтерской отчетности.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет и метод бухгалтерского учета. 2. Бухгалтерский баланс. 3. Счета и двойная запись. 4. Документация и инвентаризация. 5. Учетные регистры и формы бухгалтерского учета. 6. Учетная политика. 7. Учет основных средств. 8. Учет нематериальных активов. 9. Учет финансовых вложений. 10. Учет материально-производственных запасов. 11. Учет труда и его оплаты. 12. Учет затрат на производство продукции и калькулирование себестоимости продукции. 13. Учет готовой продукции и ее продажи. 14. Учет денежных средств. 15. Учет текущих обязательств и расчетов. 16. Учет финансовых результатов и использования прибыли. 17. Учет собственного капитала. 18. Бухгалтерская отчетность. 19. Основы экономического и финансового анализа. 20. Управленческий учет: цель, задачи, предмет и объект

	управленческого учета.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-1. Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности. ОПК-5. Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. ПК-14. Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
Общая трудоемкость:	5 з. е.
Всего часов по учебному плану:	180 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (2 семестр) Экзамен (3 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Курсовая работа (3 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Физическая культура и спорт»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; – знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; – формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; – овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте; – приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту; – создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений; – приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей.
Основные разделы дисциплины:	Основы знаний развития двигательных способностей; Средства и методы восстановления организма после физических нагрузок; Составление индивидуальных программ для самостоятельных занятий физическими упражнениями; Приемы и способы самоконтроля во время самостоятельных занятий физическими упражнениями; Рациональное питание и его влияние на

	организм человека, оптимизация массы тела средствами физической культуры; Профессионально-прикладная подготовка
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОК-6 - Способность к самоорганизации и самообразованию ОК-7 - Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ОК-8 - Способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Физическое воспитание»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина	«Финансовый менеджмент»
Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность)	«Маркетинг»
Форма обучения	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов современных фундаментальных знаний в области теории управления финансами предприятия, раскрытие основ взаимодействия теории и практики финансового менеджмента
Задача изучения дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1) изучение содержания финансового менеджмента, как науки управления финансами организаций; 2) анализ эволюции финансового менеджмента за рубежом и в России; 3) изучение системы информационного обеспечения финансового менеджмента; 4) рассмотрение базовых концепций управления финансами предприятий; 5) овладение современными методами и моделями формирования финансовой политики организации; 6) исследование этапов проведения финансовой политики, определение финансового механизма и его структуры; 7) изучение состояния финансов российских предприятий в современных условиях
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Содержание финансового менеджмента и его место в системе управления организацией. 2. Эволюция финансового менеджмента за рубежом и в России 3. Базовые концепции финансового менеджмента 4. Методологические основы принятия финансовых решений 5. Информационная база финансового менеджмента. 6. Финансовая несостоятельность предприятия 7. Управление оборотным капиталом 8. Цена капитала и управление структурой капитала 9. Финансовая политика организации
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК-6 владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК-4 умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов,</p>

	управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
Общая трудоемкость	4 з. е.
Всего часов по учебному плану	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине	Экзамен (3семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине	Курсовая работа (3 семестр)
Кафедра разработчик рабочей программы	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Концепции современного естествознания
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Человек, имеющий диплом о получении высшего образования, должен быть не только хорошим специалистом, в какой-то конкретной области (например, экономике) науки, техники, искусства и т.п., но иметь достаточно широкое представление о широком круге проблем и знаний во многих областях человеческой деятельности.</p> <p>Достижению таких целей и служит изучение в вузе основ различных наук, не имеющих прямого отношения к будущей специальности студента. Одним из направлений такого подхода является изучение дисциплины “Концепции современного естествознания”, в рамках которой идет ознакомление с основными естественными законами природы и формирование на этой основе представлений о свойствах мира, в котором мы живем и частью которого являемся.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – рассмотрение на современном уровне основ естественнонаучных дисциплин (физика, химия, астрономия и т. п.); – формирование на этой базе представлений о структуре и свойствах нашего мира и процессах, в нем происходящих; – знакомство с некоторыми современными способами познания законов природы, возможностью и точностью и пределами этого познания; – развитие представлений о месте человека в мире и возможных вариантах будущего развития;
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наука как форма знания, деятельность и социальный институт. 2. Особенности естественнонаучной картины мира. Физическая картина мира. 3. Пространство и время в естествознании. Основные проблемы современной космологии. 4. Основы химической картины мира. Концептуальные основы современной биологии. 5. Концепция биосферы и основы экологии. 6. Человек как предмет естествознания.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-6 владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному	72 час.

плану:	
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Общая и неорганическая химия»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Экономико-математические методы»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование у будущих бакалавров фундаментальных теоретических знаний в области математических методов оптимизации управленческих решений, формирование целостной системы знаний о задачах, моделях и методах исследования операций, развитие способности творчески подходить к решению профессиональных задач.
Задачи изучения дисциплины:	<p>Студент должен знать основные типы математических моделей, используемых при описании сложных систем и при принятии решений, знать сложившуюся к настоящему времени типизацию и классификацию таких моделей, систем, задач, методов</p> <p>Студент должен научиться строить комбинированные модели и подбирать методы, использующие результаты из различных научных областей.</p> <p>Студент должен овладеть методологией системного анализа реальных ситуаций в целях построения адекватных им моделей и методов, в целях сравнительного анализа моделей и методов, выбора наилучших в рассматриваемой ситуации решений</p>
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия математического моделирования социально-экономических систем. 2. Задачи линейного программирования. 3. Задачи нелинейного программирования. 4. Задачи динамического программирования в экономике. 5. Теория графов и ее экономические приложения (элементы сетевого программирования). 6. Задачи многокритериальной оптимизации в экономике. 7. Теория игр и ее экономические приложения.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-15 - умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании; ПК-16 - владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з. е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Тайм-менеджмент
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>В настоящее время внедрение тайм-менеджмента на предприятии, в практике руководителя и персонала компании особенно актуально. Данная актуальность обусловлена рядом причин:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) усиливающаяся конкуренция, которая заставляет искать новые формы конкурентных преимуществ; 2) поиск ресурса, способствующего повышению эффективности деятельности компании; 3) необходимость повышения мотивации персонала на предприятии; 4) создание ценности компании для работника; 5) формирование командного духа; 6) необходимость экономии и рационального использования рабочего времени. <p>Основной целью курса «Тайм-менеджмент» является изучение студентами правил и приемов эффективной организации времени, приемов планирования и распределения времени, определение индивидуального рабочего стиля, изучение основ делегирования, изучение методов самоконтроля.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – выработать у студентов навыки для проведения хронометража текущего дня; – ознакомить с методами анализа использованного времени для выявления своих сильных и слабых сторон, а также «поглотителей» личного времени; – определить личный дневной ритм (работоспособность), биоритм для выявления индивидуального рабочего стиля; – научить планированию и расстановке приоритетов в своей деятельности.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в тайм-менеджмент. Эволюция развития тайм-менеджмента. 2. Значение тайм-менеджмента в организации личного времени. Организация деятельности руководителя на основе тайм-менеджмента. 3. Основные правила постановки целей, планирования времени и их использование в личном планировании и на производстве 4. Биоритмология: сущность и значение в тайм-менеджменте. Определение личной работоспособности. 5. Особенности деятельности компании, ориентированной на тайм-менеджмент. Эффективные типы менеджмента на предприятии. 6. Корпоративный тайм-менеджмент. Делегирование полномочий и контроль.

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОК-6 - способность к самоорганизации и самообразованию профессиональные компетенции – ПК- 2 - владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Мировая экономика и экономическая теория»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Менеджмент качества»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью дисциплины «Управление качеством» является обучение студентов содержанию категории качества как объекта управления, методологическим основам управления качеством. Большое внимание уделяется методам оценки качества. Полученные знания позволят грамотно и квалифицированно анализировать и оценивать уровень качества продукции и услуг. Изучение отечественного и зарубежного опыта управления качеством, принципов системы тотального управления качеством, новейших достижений в области международной стандартизации и сертификации позволят студентам активно решать управленческие задачи для повышения конкурентоспособности предприятий разных видов деятельности.
Задачи изучения дисциплины:	Задачи в процессе изучения дисциплины: дать знания теоретических основ в области обеспечения качества и управления качеством продукции; научить организовывать работу по обеспечению качества продукции путем разработки и внедрения систем качества в соответствии с рекомендациями международных стандартов ИСО 9000; дать практические рекомендации по обеспечению эффективного функционирования и совершенствования систем качества; ознакомить с современной практикой отношений поставщиков и заказчиков в области качества и основными нормативными документами по правовым вопросам в области качества.
Основные разделы дисциплины:	Модуль 1. Качество как объект управления Тема 1.1. Понятие качества. Основные термины и определения Тема 1.2. Качество как объект управления Тема 1.3. Показатели качества и их оценка Модуль 2. Управление качеством в организации Тема 2.1. Учет и анализ затрат на качество Тема 2.2. Методология управления качеством Тема 2.3. Статистические методы оценки и контроля качества Тема 2.4. Комплексные системы управления качеством Тема 2.5. Международная стандартизация и сертификация

<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности ОПК -6 владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций ПК – 3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности ПК – 5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-16 владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учётом роли финансовых рынков и институтов</p>
<p>Общая трудоемкость дисциплины:</p>	<p>3 з.е.</p>
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	<p>108час.</p>
<p>Форма итогового контроля по дисциплине:</p>	<p>Зачет (4 семестр)</p>
<p>Форма контроля СРС по дисциплине:</p>	<p>Контрольная работа (4 семестр)</p>
<p>Кафедра – разработчик программы:</p>	<p>«Менеджмент, маркетинг и организация производства»</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина	Операционный менеджмент
Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность)	Маркетинг
Форма обучения	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины	является овладение обучающимися теоретическими знаниями и практическими умениями и навыками в области принятия качественных операционных (производственных) управленческих решений, а также приобретение практических навыков в области организации и поиска путей улучшения операционных (производственных) систем и процессов, повышения качества таких производственных процессов и продукции предприятий (что в полной мере соответствует основным целям и задачам маркетинга производственных систем и предпринимательских структур).
Задачи изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - изучить теоретические аспекты, основные понятия и категории, принципы и методы управления производством (операционной деятельностью предприятий), опыт практического применения различных моделей операционного управления; - изучить состав производственных процессов и освоить методы их анализа и оценки; - приобрести умение анализировать и проектировать производственные системы (отдельные их части) различными способами, опираясь на понимание логики их построения, учитывая возможные проектные, финансовые и иные риски; - овладеть навыками оценки качества и эффективности операционных систем управления; - приобрести умения и навыки оценки состава, структуры, стоимости, качества и эффективности использования производственной мощности предприятия, финансовой эффективности инвестиционных вложений в материальные внеоборотные активы; - овладеть базовыми навыками проектного управления производством, а также изучить базовые принципы формирования производственной программы предприятия; - изучить базовые принципы логистики производственного предприятия, уметь оценивать и планировать производственные запасы, издержки предприятия; - овладеть навыками оценки качества производственных процессов и их результатов (продукции), а также уметь выявлять резервы его повышения; - овладеть навыками подготовки различных аналитических материалов и документации в процессе разработки, выбора и принятия обоснованных производственных (операционных) решений, в том числе

	связанных с внедрением технологических, продуктовых и управленческих инноваций, организационных изменений.
Основные разделы дисциплины	<p>Тема 1. Введение в операционный менеджмент. Место операционного менеджмента в системе управления предприятием. Производственные процессы, показатели их оценки.</p> <p>Тема 2. Производственные системы, методы их проектирования.</p> <p>Тема 3. Оперативное управление производством: Производственная мощность и производственная программа предприятия. Управление производственными запасами. Основы логистики. Эффективность операционной деятельности и принятие управленческих решений.</p> <p>Тема 4. Управление качеством и эффективностью производственных процессов (продукции). Основы проектной деятельности и инвестиционного планирования. Показатели анализа и оценки эффективности капиталовложений.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)	<p>ОПК-6 Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;</p> <p>ПК-4 Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК- 8 Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p> <p>ПК-10 Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.</p>
Общая трудоемкость дисциплины	2 з. е.
Всего часов по учебному плану	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине	Зачет (4 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Теория потребительского поведения
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Дисциплина «Теория потребительского поведения» относится к дисциплинам профессионального цикла. Целью изучения дисциплины является развитие у студентов маркетингового мышления и формирование основы для дальнейшего изучения прикладных маркетинговых дисциплин.
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Освоение теоретических моделей потребительского поведения; 2) Использование инструментария теории потребительского поведения для разработки и реализации программ исследования потребительского поведения и формирования портрета потребителя; 3) Владение маркетинговым подходом для принятия управленческих решений по различным вопросам деятельности организации; 4) Развитие способности к метапрофессиональному и методологическому мышлению; 5) овладение методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов для формирования маркетинговых стратегий; 6) формирование потенциала интеграции всех знаний, определяющих профессионализм деятельности современного маркетолога.
Основные разделы дисциплины:	<p>Тема 1. Знания потребителей. Национальные стили менеджмента: общность и различия. Зарубежный опыт управления.</p> <p>Тема 2. Российский менеджмент и национальная культура</p> <p>Тема 3. Убеждения, чувства, установки и намерения потребителей</p> <p>Тема 4. Культура, этническая принадлежность и социальный класс Организация как объект менеджмента.</p> <p>Тема 5. Влияние семьи и домохозяйства. Внешняя и внутренняя среда организации.</p> <p>Тема 6. Влияние личности и влияние группы. Оценка организационной культуры и использование результатов ее анализа. Построение классификации видов оценок организации</p> <p>Тема 7. Установление контактов. Построение и анализ организационной структуры предприятия (на примере)</p> <p>Тема 8. Формирование мнений потребителей. Структура и содержание системы управление организацией (СУО).</p> <p>Тема 9. Как помочь потребителю запомнить</p>

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности ПК-6 способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений ПК17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (4 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра – разработчик программы	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Брендинг»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	является формирование у студентов системных знаний по теоретическим вопросам маркетинга бренда для понимания всего многообразия процессов, происходящих на рынках.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование представлений о сфере брендинга в маркетинге; - изучение процессов становления и развития брендов в России; - анализ основных управленческих отношений при формировании бренда внутри фирмы; - ознакомление с современными отечественными и зарубежными методами, подходами, школами маркетинга и менеджмента, определение места и значения теории брендинг - изучение основных управленческих законов и маркетинговых принципов построения и функционирования брендов различных фирм на рынках; - иметь представление об основных концепциях развития брендов на современном этапе; - развитие потенциала интеграции знаний в сфере брендинга, интеллектуального уровня определяющих профессионализм деятельности современного менеджера на рынке.
Основные разделы дисциплины:	<p>Тема 1. Теории маркетинга в сфере брендинга</p> <p>Тема 2. Практика брендинга на рынках</p> <p>Тема 3. Перспективы развития брендинга в России: региональные аспекты и использование мирового опыта на отечественном рынке</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК 3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК 2 - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ПК 3 - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК 6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (4 семестр)

Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Маркетинговые коммуникации»
Направление подготовки:	направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Сегодня актуальность продвижения не вызывает сомнения, так как оно играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является её важным элементом.</p> <p>Поэтому целью преподавания данной дисциплины является изучение основных способов и элементов процесса продвижения на рынок товаров и услуг, которые помогают значительно ускорить реализацию товаров, оказывают воздействие на сокращение потерь материальных ценностей.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<p>В ходе изучения курса «Маркетинговые коммуникации» ставятся задачи формирования знаний в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение студентами комплекса знаний о различных средствах и составляющих процесса продвижения, месте средств продвижения в коммуникационном пространстве современного общества; - формирование представления о рекламном процессе, процессе стимулирования сбыта, мероприятиях по формированию общественного мнения, о методах персональной продажи; - формирование знаний о взаимодействии средств продвижения с субъектами информационной политики.
Основные разделы дисциплины:	<p>Современные формы коммуникации с потребителями. Составляющие коммуникационного процесса. Реклама как форма коммуникационного процесса. Понятие, способы стимулирования сбыта. Этапы процесса стимулирования сбыта. PR – технологии в коммуникационном процессе. Организация эффективных персональных продаж в системе продвижения товаров и услуг.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ПК – 5 –способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <p>ПК-12- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p> <p>ПК-19- владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками</p>
Общая трудоемкость	3 з.е.

дисциплины:	
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Социальный маркетинг
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование у студентов навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства. Приобретение дополнительных профессиональных навыков при освоении общеобразовательной программы 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. теоретическое освоение студентами современных маркетинговых концепций и технологий; 2. ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах; 3. освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере; 4. формирование практических навыков социальной компетентности в принятии решений.
Основные разделы дисциплины:	<p>Тема 1 Сущность и содержание социального маркетинга.</p> <p>Тема 2 Основные виды социального маркетинга.</p> <p>Тема 3 .Организация маркетингового управления социальной сферой.</p> <p>Тема 4. Социальная компетентность и ответственность.</p> <p>Тема 5 Маркетинговые исследования в социальной сфере.</p> <p>Тема 6. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге.</p> <p>Тема 7 Разработка комплекса социального маркетинга.</p> <p>Тема 8 Особенности коммуникаций в социальном маркетинге. Процесс передачи и распространения информации.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ПК-8 владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p> <p>ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа</p>

	государственного или муниципального управления)
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Анализ эффективности маркетинговой деятельности
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	формирование у студентов знаний в области оценки эффективности маркетинговой деятельности и навыков разработки и реализации маркетинговых стратегии и тактических мероприятий для обеспечения устойчивости предприятия в условиях рыночной экономики. Приобретение дополнительных профессиональных навыков при освоении общеобразовательной программы 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»
Задачи изучения дисциплины:	получение знаний в области анализа эффективности маркетинговой деятельности; ознакомление со спецификой оценки эффективности маркетинговой деятельности; изучить основные принципы проведения анализа эффективности маркетинговой деятельности.
Основные разделы дисциплины:	Основные концепции измерения эффективности маркетинга: их преимущества и недостатки. Производственная концепция (Загрузка производственных мощностей: Снижение издержек производства; Объем производства; Себестоимость товаров; Производительность. Товарная концепция: Качество товара; Цена товара; Дифференциация товара. Сбытовая концепция: Объем продаж. Традиционная концепция маркетинга: Удовлетворенность потребителей; Качество товара; Цена товара; Послепродажное обслуживание. Концепция социально-этического маркетинга Удовлетворенность общества; Эффективность использования людских, природных сырьевых, энергетических ресурсов. Концепция маркетинга партнерских отношений: Долгосрочное взаимодействие; Лояльность потребителей; Деловая репутация; Торговая марка, бренд; Рыночная доля. Оценка эффективности маркетинговой деятельности осуществляется на основе системы контроля: Контроль ежегодных планов; : Анализ сбыта; анализ доли рынка; сравнение маркетинговых затрат и продаж; финансовый анализ; Контроль прибыльности. Определить направления денежных потоков и возможности более эффективного их использования анализ прибыльности: по продуктам, по территориям, по покупателям, по сегментам рынка, по каналам сбыта, по размерам заказа. Контроль эффективности. Оценить и улучшить эффективность расходования средств оценка эффективности: торгового персонала; рекламы; стимулирования сбыта; распределения. Стратегический контроль. Определить полностью ли компания использует свои рыночные возможности: маркетинговый аудит; пересмотр качества

	<p>маркетинга; степень выполнения разработанной стратегии. Эффективность маркетинга в сравнении с финансовыми результатами: Эффективность маркетинга; Рыночная стратегия;</p> <p>Показатели эффективности маркетинга; Внутренние показатели в сравнении с внешними показателями эффективности деятельности;</p> <p>Текущие показатели в сравнении с конечными показателями эффективности деятельности. Показатели рентабельности маркетинга: Маркетинговая рентабельность продаж; Рентабельность инвестиций в маркетинг; Влияние показателей маркетинговой рентабельности на прибыль. Рентабельность маркетинга: Измерение рентабельности маркетинга; Чистая прибыль от маркетинга и рентабельность организационной единицы; Маркетинговая рентабельность — сфокусированность на клиенте. Инструменты маркетинга: оценка эффективности оценка маркетинговой рентабельности: сфокусированность на продукте. Оценка маркетинговой рентабельности: концентрация на клиенте. Оценка эффективности маркетинга весей компании: Различные подходы к оценке эффективности маркетинга: преимущества и недостатки; Расчет отдачи от инвестиций в маркетинг на основании будущих доходов или текущего результата; Основные ошибки маркетингово – рекламного планирования и пути их избегания;</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК-5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <p>ПК-11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>
<p>Общая трудоемкость дисциплины:</p>	2 з.е.
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	72 час.
<p>Форма итогового контроля по дисциплине:</p>	Зачет (6 семестр)
<p>Форма контроля СРС по дисциплине:</p>	Курсовая работа (6 семестр)
<p>Кафедра – разработчик программы:</p>	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Промышленный маркетинг
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки:	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью освоения дисциплины является формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективного управления маркетингом на промышленных рынках.
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выявить основные отличия промышленного маркетинга от потребительского; 2. Изучить специфику промышленных рынков; 3. Изучить виды промышленных продуктов и услуг 4. Выявить особенности промышленных покупателей; 5. Изучить методы сегментирования и позиционирования на промышленных рынках; 6. Изучить особенности ценообразования на промышленном рынке; 7. Изучить виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на промышленных рынках; 8. Выявить особенности организации маркетинга на промышленных предприятиях
Основные разделы дисциплины:	<p>Содержание и специфика промышленного маркетинга Промышленные рынки Промышленные покупатели Сегментирование и позиционирование на промышленных рынках Поведение потребителей на промышленном рынке Организация сбыта на промышленных рынках Товарная политика на промышленном рынке Ценообразование на промышленных рынках Коммуникации в промышленном маркетинге Закупки промышленных товаров. Организация службы маркетинга на промышленных предприятиях Маркетинговые исследования на промышленном рынке Новые промышленные продукты и услуги.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности ПК-3 – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (6 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (6 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Управленческий анализ»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Получение студентами полного представления об управленческом анализе хозяйственной деятельности как основном элементе процесса подготовки и принятия управленческих решений в сфере производства, овладение теоретическим знаниями и практическими навыками по применению приемов и способов управленческого экономического анализа и работе с информацией, развитие аналитического мышления.
Задачи изучения дисциплины:	Основная задача названной учебной дисциплины – определить роль управленческого анализа в системе управления производством предприятия, его сущность и особенности, цели и задачи исследования; овладеть теоретическими основами и методикой управленческого анализа, и, прежде всего, элементами факторного анализа; уметь оценивать конкретную ситуацию в зависимости от воздействия внешних и внутренних факторов; получить практические навыки проведения аналитической работы по данным учетных, плановых и внеучетных источников информации; использовать результаты управленческого анализа при выработке вариантов управленческих решений.
Основные разделы дисциплины:	Управленческий анализ и его роль в управлении предприятием, разработке и мониторинге бизнес-планов. Анализ использования ресурсов производства. Анализ результатов производства. Анализ инвестиций и внешнеэкономической деятельности предприятия.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК -2. Способность находить организационно-управленческие решения и готовым нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений. ПК – 3. Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности. ПК – 5. Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений ПК – 10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК – 11. Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников

	организационных проектов
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Информационные технологии в маркетинге»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	получение студентами теоретических знаний и практических навыков по организации автоматизированной обработки управленческой (маркетинговой) информации на различных предприятиях и в организациях.
Задачи изучения дисциплины:	освоение основных подходов, методов и инструментов анализа информации для решения прикладных задач в маркетинге; научить применять методы статистического анализа информации для поддержки принятия решений в маркетинговой деятельности
Основные разделы дисциплины:	Тема 1. Информационные технологии управления деятельностью предприятия Тема 2. Универсальная система учета и управления хозяйственной деятельностью предприятия «1С: Предприятие 8» Тема 3. Ведение учета и управления маркетинговой деятельности предприятия средствами системы Управление Производственным предприятием «1С: Предприятие 8» Тема 4. Ведение учета и управления маркетинговой деятельности предприятия средствами системы ERP 2.1 «1С: Предприятие 8»
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-1- владение навыками поиска, анализа и использование нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности; ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; ОПК-7- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности; ПК-10 – владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-12- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних

	связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) ПК-19 - владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з. е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	Кафедра «Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина	«Планирование и организация маркетинговой деятельности»
Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность)	«Маркетинг»
Форма обучения	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины	- изучение теории и практики современного маркетинга, технологии маркетинговой деятельности, особенностей маркетинговой среды, системы маркетинговых исследований, планирования маркетинговой деятельности: разработка комплекса маркетинга, организация и контроль маркетинговой деятельности.
Задача изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> – дать теоретические знания в области организации и планирования маркетинговой деятельности и изучить возможности использования концепций маркетинга практической деятельности. – изучение особенностей исследования рынков различного типа, выявление потребностей физических и/или юридических лиц, разработки и реализации мероприятий по их удовлетворению; – изучение имеющихся методик и подходов к разработке и обоснованию маркетинговой деятельности; – рассмотрение проблем «встраивания» службы маркетинга в организационную структуру предприятия.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исходные понятия маркетинговой деятельности. 2 Содержание комплекса маркетинга 3 Организация и планирование маркетинговой деятельности 4. Практика организации и планирования маркетинговой деятельности.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)	<p>ОПК-5 владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений)</p>

	деятельности, продуктов) ПК-20 владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
Общая трудоемкость	4 з. е.
Всего часов по учебному плану	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине	Экзамен (4 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра разработчик рабочей программы	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Комплексный экономический анализ
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Основной целью изучения дисциплины «Комплексный экономический анализ» является формирование у обучающихся знаний и умений в области методики и методов анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятий и организаций, а также навыков их практического использования и применения для обеспечения устойчивого развития хозяйствующих субъектов в условиях современной рыночной экономики и определения путей и способов (выявления резервов) повышения эффективности реализации их экономической (основной, инвестиционной, финансовой, операционной, инновационной и т.п.) деятельности; для принятия обоснованных и экономически-выгодных управленческих решений.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - изучить совокупность приемов, способов и методов проведения анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятий и организаций (в основных ее аналитических и прикладных разрезах); - уметь анализировать конкурентоспособность продукции и диагностировать рыночные позиции хозяйствующего субъекта; - овладеть навыками проведения анализа производственных, технических и социальных результатов, последствий деятельности хозяйствующих субъектов для оценки их деловой активности, определения способов повышения эффективности их предметной деятельности, роста их экономического и финансового потенциала развития; - уметь оценивать интенсивность (эффективность) использования производственных (материальных, трудовых и пр.) и финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов и на данной основе выявлять резервы роста эффективности их использования; - уметь анализировать имущественное и финансовое положение предприятий и проводить оценку тенденций изменения их деловой активности, финансовой устойчивости, кредито- и платежеспособности, вероятности наступления нежелательных экономических последствий или банкротства; - овладеть знаниями и навыками проведения анализа экономических (финансовых) результатов деятельности предприятий (организаций) и уметь выявлять резервы увеличения выручки, прибыли, повышения рентабельности экономической деятельности; - изучить и уметь применять сравнительный анализ деятельности подразделений предприятия (организации) и выявлять внутрихозяйственные резервы роста эффективности их деятельности; - овладеть навыками подготовки различных аналитических

	<p>материалов для выбора и принятия финансовых и управленческих решений;</p> <p>- уметь прогнозировать финансово-экономическое состояние хозяйствующего субъекта на основе использования современных методов и инструментария статистического, экономико-математического, финансово-экономического, бюджетного прогнозирования.</p>
<p>Основные разделы дисциплины:</p>	<p>Тема 1. Предмет и задачи «Комплексного экономического анализа». Основные положения теории экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации).</p> <p>Тема 2. Анализ организационно-технического уровня производства.</p> <p>Тема 3. Анализ использования ресурсов предприятия (организации).</p> <p>Тема 4. Анализ экономических составляющих производства.</p> <p>Тема 5. Анализ экономических результатов хозяйственной деятельности предприятия (организации).</p> <p>Тема 6. Анализ финансового состояния предприятия (организации).</p> <p>Тема 7. Анализ эффективности инвестиционных вложений предприятия (организации).</p> <p>Тема 8. Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротств и финансовых рисков.</p> <p>Тема 9. Анализ и оценка финансового и экономического потенциала предприятия (организации).</p> <p>Тема 10. Современные методики планирования и прогнозирования деятельности предприятия (организации). Финансовые бюджеты. Бизнес-план.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК-5 владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;</p> <p>ПК-4 умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;</p> <p>ПК-14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных</p>

	<p>управленческого учёта;</p> <p>ПК-16 владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учётом роли финансовых рынков и институтов;</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Курсовая работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Маркетинговые исследования
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки:	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	получение студентами необходимых профессиональных знаний, умений и практических навыков, позволяющих осуществлять функцию маркетинговых исследований в организациях с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – Дать представление о понятии, значении, функциях маркетинговой информации; – изучить методы ее сбора, обработки, анализа, обобщения и представления; – рассмотреть все этапы процесса маркетинговых исследований; – научить разрабатывать программу маркетинговых исследований; – научить применять методы и процедуры проведения комплексных маркетинговых исследований; – представить подходы к формированию маркетинговой информационной системы на предприятиях и в организациях; – рассмотреть способы организации маркетинговых исследований на предприятиях и в организациях; – изучить способы составления отчетов о проведенных маркетинговых исследованиях и презентацию результатов исследований
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение. Понятие и сущность маркетинговых исследований 2. Организация маркетинговых исследований 3. Процесс маркетинговых исследований 4. Содержание, источники и классификация маркетинговой информации 5. Методы сбора данных 6. Организация сбора данных 7. Анализ данных 8. Определение бюджета исследования 9. Подготовка отчета о проведенном маркетинговом исследовании 10. Результативность маркетинговых исследований

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-1 - владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности ПК-5 – способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений ПК-15 - умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (5 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	контрольная работа (5 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	Менеджмент, маркетинг и организация производства

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Логистика»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Логистика обладает активным интегрирующим потенциалом, способным связать воедино и улучшить взаимодействие между такими базовыми фирменными функциональными сферами как снабжение, производство, маркетинг, дистрибуция (распределение), организация продаж. Преобразуя маркетинговую информацию, логистический менеджмент воздействует на производство, оптимизируя производственно-технический цикл и продуктовые характеристики. Рационально управляя запасами продукции в снабжении, производстве и сбыте, логистика способствует уменьшению общих затрат, снижению цены товара и в результате улучшению стратегических позиций фирмы на рынке.</p> <p>Целью изучения дисциплины является освоение концепции логистики как ключевой сферы компетентности в стратегии делового предприятия на основе обучения знаниям и навыкам управления, планирования, организации в основных функциональных областях логистики, т.е. возможности стать профессионалом в области транспортных систем, снабжения, сбыта продукции, информатики, управления запасами, анализа рыночной стратегии по обеспечению фирм и предприятия различными материальными ресурсами.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<p>В ходе изучения курса «Логистика» ставятся задачи формирования знаний в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - всеобъемлющий обзор современной логистической практики управления цепями поставок как в частном, так и в государственном секторе экономики; - освоение способов и методов логистики для достижения конкурентных преимуществ; - применения полученных знаний для практической деятельности в области управления сложными процессами производства в условиях рыночной экономики; - изучение методов разработки и реализации стратегии организации в системе логистики и управления цепями поставок; - освоение методик разработки и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии с логистической стратегией организации; - изучение методов оценки эффективности решений в логистики по управлению цепями поставок.
Основные разделы дисциплины:	Концепция логистики, включающая в себя основные понятия, сущность, принципы, факторы и тенденции развития логистики понятия логистического менеджмента

	<p>его назначение в фирме, концепция интегрированной логистики, использования логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения.</p> <p>Информационные системы и технологии в логистики, раскрыты при освещении роли и перспектив использования информационных технологий в логистики, программных продуктов, используемых в логистических системах</p> <p>Детальное изучение системы закупочной логистики, которая включает изучение цели логистического менеджмента в управления закупками, методика выбора метода закупок и их сопровождение.</p> <p>Производственная логистика, характерный теоретический обзор организации материальных потоков в производстве, их выбор для конкретного предприятия в зависимости от системы организации производства, оценка и выбор логистических технологий.</p> <p>Распределительная логистика, которая включает выбор канала распределения, функционального цикла в физическом распределении, а также взаимоотношение внутри маркетингового канала распределения.</p> <p>Понятие и задачи транспортной политики, тенденции развития транспортно-экспедиторское обслуживание в логистических системах, логистических подход при организации перевозок, основные положения международного и российского законодательства о транспортно-экспедиторское обслуживании.</p> <p>Концепции управления запасами, их классификация, затраты, оценки рисков и выбор системы и методов управления запасами, используемые при логистическом подходе.</p> <p>Логистика складирования и грузоперевозки, включающий основные задачи понятия складской сети и логистического процесса на складе.</p> <p>Управление финансовыми потоками в логистических системах, включающие подходы к управлению финансовыми потоками и требованиями к их параметрам, концепции узловых воздействий при управлении ресурсопотоками.</p> <p>Организация логистического управления, характеризующаяся логистическим администрированием, формированием логистического сервиса и уровня логистического обслуживания.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ПК – 7 - владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности</p>

	<p>при выполнении конкретных проектов и работ</p> <p>ПК – 8 - владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p> <p>ПК – 10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-19- владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (4 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Маркетинг-менеджмент
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	является формирование у студентов фундаментальных знаний по теоретическим вопросам маркетинга и менеджмента для понимания всего многообразия процессов, происходящих в организационных системах различных видов фирм; для успешного решения задач при дальнейшей профессиональной деятельности на рынке и для усвоения последующих дисциплин профессиональной подготовки по направлению «Менеджмент».
Задачи изучения дисциплины:	<p>Основными задачами являются:</p> <p>7) изучение становления и развития формирования маркетинговых и управленческих идей, их дальнейшей эволюции в различных странах, отраслях и на рынке;</p> <p>8) структурирование информации о маркетинге и менеджменте в сфере управления фирмами, отраслями на рынке;</p> <p>9) ознакомление с современными отечественными и зарубежными методами, подходами, школами маркетинга и менеджмента, с позиции системного подхода;</p> <p>10) изучение основных управленческих законов и маркетинговых принципов построения и эффективного функционирования различных фирм на рынках;</p> <p>11) формирование способности к метапрофессиональному и методологическому рыночному мышлению объединяющими маркетинг и менеджмент;</p> <p>12) овладение методами прогнозирования и планирования развития социально-экономических и организационных процессов в объектах управления и оценки их состояния в условиях рыночного взаимодействия;</p> <p>13) формирование у студентов академического и научного представления о процессах управления в сфере маркетинга и менеджмента;</p> <p>развитие потенциала интеграции знаний, интеллектуального уровня определяющих профессионализм деятельности современного менеджера на рынке.</p>
Основные разделы дисциплины:	<p>Модуль 1. Методологические основы маркетинг-менеджмента.</p> <p>Модуль 2. Эволюция маркетинг-менеджмента.</p> <p>Модуль 3. Фирма на рынке как объект маркетинг-</p>

	<p>менеджмента. Модуль 4. Функции маркетинг-менеджмента. Модуль 5. Коммуникации в маркетинг-менеджменте. Модуль 6. Стратегии маркетинг-менеджмента на рынке.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК-3 способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-3 - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК-5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <p>ПК 6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p> <p>ПК 9 - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p>
<p>Общая трудоемкость дисциплины:</p>	3 з.е.
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	108 час.
<p>Форма итого контроля по дисциплине:</p>	Зачет (4 семестр)
<p>Форма контроля СРС по</p>	Контрольная работа (4 семестр)

дисциплине:	
Кафедра разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Инвестиционный анализ»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	является познание и формирование у студентов методологических основ в общей теории инвестиционной деятельности предприятия, а также практическое овладение приемами и методами финансово-экономического анализа инвестиционных проектов в современных условиях.
Задачи изучения дисциплины:	Освоение важнейших понятий, принципов и методов инвестиционного анализа; Изучение основных методов сбора, обработки, анализа и наглядного представления статистической информации в инвестиционной деятельности; Изучение особенностей инвестиционного бизнес-проектирования и реализации инвестиционных проектов; Освоение методологии финансово-экономических расчетов и их использование в инвестиционном анализе; Овладение практическим опытом решения экономических задач с помощью применения статистических и динамических методов оценки и анализа эффективности реальных и финансовых инвестиций; Формулирование выводов на основе проведения комплексного финансово-экономического анализа инвестиционных проектов.
Основные разделы дисциплины:	Теоретические основы инвестиционного анализа Инвестиционный проект как объект анализа Финансирование и управление инвестиционными проектами Анализ эффективности реальных инвестиций Оценка и анализ инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности Анализ инвестиционных проектов в условиях инфляции Анализ финансовых инвестиций
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-15- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании ПК-16-владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учётом роли финансовых рынков и институтов ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской

	<p>деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p>ПК-18 - владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (4 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (4 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Управление инновациями»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины «Управление инновациями» является формирование у студентов основополагающих знаний по управлению инновационными процессами на микроуровне. Студенты должны научиться ориентироваться в актуальной проблематике управления инновационными процессами, овладеть базовой системой знаний об управлении инновациями, которые требуются менеджеру и маркетологу по продвижению инноваций на рынок и оценке эффективности инновационной деятельности.
Задачи изучения дисциплины:	Основными задачами изучения дисциплины являются: - формировать у обучающихся систематизированное понятие о сущности, роли, основных элементах и стадиях инновационной деятельности; - раскрыть содержание организационно-экономического механизма управления инновационными процессами; - дать наглядное представление о формах реализации инновационного менеджмента на примерах мирового и отечественного опыта; - привить навыки многоаспектной оценки в сфере инновационного менеджмента; - создать основу для самостоятельного изучения и владения механизмами управления инновационными процессами.
Основные разделы дисциплины:	Инновации как способ развития экономики. Роль государства и его институтов в инновационной деятельности. Инфраструктура инновационного трансферта Способы финансирования инновационной деятельности, их преимущества и недостатки. Стратегия и тактика в инновационной сфере. Роль интеллектуальной собственности в инновационной деятельности. Определение эффективности инновационных процессов Использование технологий в сфере моделирования инновационной деятельности :
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-2 - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений; ПК -3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; ПК -6 - способность участвовать в управлении проектом, программе внедрения технологических и

	<p>продуктовых инноваций или программе организационных изменений;</p> <p>ПК-8 - владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p> <p>ПК -13 - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p> <p>ПК -17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p> <p>ПК -18 - владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);.</p> <p>ПК -19 владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (3 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Стратегический менеджмент»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	изучение теоретических и практических аспектов стратегического менеджмента в условиях рыночных преобразований и изменений. Особое внимание уделяется следующим вопросам: определению и выбору стратегических позиций, позволяющих оптимально использовать существующий потенциал предприятия; анализу показателей и стратегических нормативов; анализу стратегических позиций; оценке результатов деятельности организации, а также принятого стратегического решения (ситуационный анализ).
Задачи изучения дисциплины:	ознакомление с принципами, методами принятия стратегических решений, способами их практической реализации для достижения целей, позволяющих организации оптимально использовать свой потенциал и оставаться восприимчивой к требованиям внешней среды, приобретение навыков самостоятельного принятия экономически обоснованных решений при формировании оптимальной системы управления для организации.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпосылки возникновения стратегического менеджмента. 2. Сущность стратегического менеджмента. 3. Формулирование миссии и целей организации. 4. Эволюция управленческих систем. 5. Планирование выбора стратегической позиции: стратегическая сегментация, выбор позиции в конкуренции 6. Управление реализацией стратегического плана и контроль за его выполнением.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3. Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК-3. Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ПК-3. Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
Общая трудоемкость:	2 з. е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (3семестр)
Форма (формы) контроля СРС по	Контрольная работа (3 семестр)

дисциплине:	
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Коммуникации в профессиональной деятельности
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Основной целью курса является формирование теоретических знаний о сущности и структуре коммуникации в производственной деятельности, о факторах и условиях их эффективности, основных навыков ведения деловых переговоров, бесед, дискуссий и других форм делового общения.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - дать студентам целостное представление о деловой коммуникации как разновидности специализированной коммуникации; - дать представление о современных научных подходах к организации различных форм деловых коммуникаций, а также практической значимости коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности; - сформировать коммуникативные умения и навыки, необходимые для профессиональной деятельности; - сформировать умения выявлять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров; - сформировать осознанное отношение к выбору стратегий деловых коммуникаций.
Основные разделы дисциплины:	<p>1. Методология инженерной психологии Объект, предмет, цель и задачи, методы и направления изучения, закономерности взаимодействия в профессиональной деятельности. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере. Коммуникации в профессиональном коллективе. Коммуникация организационная. Коммуникативные возможности.</p> <p>2. Анализ трудовой деятельности коллектива Система потребностей личности и трудовая мотивация. Системный подход. Закон Йоркса-Додсона. Производственная система. Групповое принятие производственных решений. Дефицит времени.</p> <p>3. Внутренние коммуникации на производстве Инженерно-психологическое проектирование. Обобщенный проект СЧМ (цели, этапы, способы и задачи проектирования, распределение функций, алгоритмы деятельности оператора. Отображение информации и органы управления, общая компоновка рабочего места, информационная подготовка решения, инженерно-психологическая оценка результата). Информационный анализ деятельности. Усовершенствование коммуникации на производстве, контакт-центры. Объединенные коммуникации в производстве.</p> <p>Интенсификация труда. Концепция включения А.А.</p>

	<p>Крылова.</p> <p>4. Эффективность групповой производственной деятельности Сработанность группы. Способы деятельности в коллективе. Факторы работоспособности. Типы коммуникативного поведения, трудности и дефекты межличностного общения. Позиционная кривая (эффект края). Эффект незавершенного действия (эффект Б.Зейгарник). Профессиональное выгорание. Профессиональные деформации.</p> <p>5. Основы межличностной коммуникации на производстве Межличностное восприятие и понимание, каналы коммуникации, стратегии, тактика коммуникаций. Средства общения: вербальные и невербальные. Психология межличностного взаимодействия. Речь и общение. Образные средства коммуникации.</p> <p>6. Психология малых групп Структура малой группы (производственного коллектива), лидерство, конформизм и групповое давление, психология межгруппового взаимодействия. Коммуникативные барьеры в общении. Коммуникативные каналы в производственном общении. Методы коммуникативно-управленческого влияния. Дискуссия. Полемика. Дебаты. Критика в профессиональной коммуникации. Методы убеждения.</p> <p>7. Конфликты в профессиональной деятельности Понятие конфликта, его виды. Источники конфликтов в производственной деятельности и стадии их протекания. Этапы и алгоритм анализа конфликтов в производственном коллективе. Эмоциональное реагирование в конфликтах и саморегуляция. Способы управления конфликтами в производстве. Переговоры – эффективный способ разрешения конфликтов.</p> <p>8. Деловой этикет и культура поведения личности на производстве Корпоративная культура и этические нормы. Деловой этикет и модель поведения в профессиональной деятельности. Публичное выступление. Информация в деловом общении. Коммуникация в Интернет. Специфика деловой коммуникации с представителями разных культур.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи</p>

	<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-12 умение организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>
Общая трудоемкость:	2 з. е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Деловое общение»
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Основной целью курса является формирование теоретических знаний о сущности и структуре коммуникаций в профессиональном общении, о факторах и условиях их эффективности, основных навыков ведения деловых переговоров, бесед, дискуссий и других форм делового общения.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - дать студентам целостное представление о коммуникациях в профессиональной деятельности как разновидности специализированной коммуникации; - дать представление о современных научных подходах к организации различных форм коммуникаций, а также практической значимости коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности; - сформировать коммуникативные умения и навыки, необходимые для профессиональной деятельности; - сформировать умения выявлять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров; - сформировать осознанное отношение к выбору стратегий делового общения.
Основные разделы дисциплины:	<p>1. Объект, предмет, цель и задачи, методы и направления изучения, закономерности коммуникаций в профессиональной деятельности. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в производственной сфере. Коммуникации в производственном коллективе.</p> <p>2. Система потребностей личности и трудовая мотивация. Системный подход. Закон Йоркса-Додсона. Производственная система. Групповое принятие производственных решений.</p> <p>3. Коммуникация в коллективе. Факторы работоспособности. Типы коммуникативного поведения, трудности и дефекты межличностного общения. Позиционная кривая (эффект края). Эффект незавершенного действия (эффект Б.Зейгарник). Профессиональное выгорание.</p> <p>4. Межличностное восприятие и понимание, каналы коммуникации, стратегии, тактика коммуникаций. Средства общения: вербальные и невербальные. Психология межличностного взаимодействия. Речь и общение. Образные средства коммуникации.</p> <p>5. Коммуникативные барьеры в общении. Коммуникативные каналы в производственном общении. Методы коммуникативно-управленческого влияния. Дискуссия. Полемика. Дебаты. Критика в</p>

	<p>профессиональной коммуникации. Методы убеждения.</p> <p>6 Конфликты в профессиональной деятельности. Понятие конфликта, его виды. Источники конфликтов в производственной деятельности и стадии их протекания. Этапы и алгоритм анализа конфликтов в производственном коллективе. Эмоциональное реагирование в конфликтах и саморегуляция. Способы управления конфликтами в профессиональной деятельности. Переговоры – эффективный способ разрешения конфликтов.</p> <p>7 Деловой этикет и культура поведения личности. Корпоративная культура и этические нормы. Деловой этикет и модель поведения в профессиональной деятельности. Публичное выступление. Информация в деловом общении. Коммуникация в Интернет. Специфика деловой коммуникации с представителями разных культур.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>
Общая трудоемкость:	23. е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (1 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (1 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Налоги и налогообложение»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	формирование прочной теоретической базы для понимания экономического механизма налогообложения, а также привития практических навыков исчисления налогов и сборов в РФ.
Задачи изучения дисциплины:	ознакомление студентов с основными положениями теории налогообложения, с важнейшими видами налогов и сборов в РФ, порядком их исчисления и уплаты, правами и обязанностями налогоплательщиков, налоговых агентов, налоговых органов и других органов, осуществляющих налоговый контроль.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основы налогообложения. 2. Федеральные налоги и сборы. 3. Региональные налоги. 4. Местные налоги и сборы. 5. Специальные налоговые режимы.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3. Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК-1. Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>ПК-10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-16. Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p>
Общая трудоемкость:	3 з. е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (3 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Налоговое планирование»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	формирование у студентов комплекса теоретических и практических знаний по исчислению налогов и принятию управленческих решений в области налогового планирования и законных способов оптимизации налоговых платежей.
Задачи изучения дисциплины:	изучение студентами принципов, элементов и этапов налогового планирования в предпринимательской деятельности предприятия, ознакомлении с существующими льготами и способами законного снижения налогового бремени, освоении инструментов перспективного и текущего налогового планирования, приобретении навыков проектирования налогового плана по снижению налоговых издержек фирмы, отработке практических навыков по принятию решений в области оптимизации налоговых платежей.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Налоговое планирование, его роль и значение 2. Методология налогового планирования 3. Учетная политика в планировании налогов 4. Оптимизация налоговых платежей. 5. Налоговая нагрузка и методы ее расчета и снижения 6. Налоговый учет 7. Международные аспекты налогового планирования 8. Сущность и содержание налогового менеджмента
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3. Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК-1. Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>ПК-10. Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-16. Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p>
Общая трудоемкость:	3 з. е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (3 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Планирование на предприятии»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	освоение теоретических знаний и практических навыков по разработке различных видов планов предприятия, приобретение навыков выбора и обоснования альтернативных вариантов функционирования развития предприятия.
Задачи изучения дисциплины:	обеспечение студента теоретическими знаниями в области методологии и методики планирования деятельности предприятия и его развития; создать условия для дальнейшего развития навыков по технологии внутрифирменного планирования; сформировать практические навыки проведения плановых технико-экономических расчётов и обоснования альтернативных вариантов деятельности предприятия в качестве основы для принятия оптимальных управленческих решений; обеспечить изучения новейших методологических и практических разработок в области планирования в условиях рыночной экономики.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы планирования. 2. Стратегическое планирование. 3. Планирование продаж. 4. Планирование производственной программы. 5. Планирование основных производственных фондов. 6. Планирование потребности в персонале. 7. Планирование издержек производства и себестоимости продукции. 8. Планирование результатов деятельности предприятия.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-6. Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений ПК-16. Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Общая трудоемкость:	4 з. е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (2 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Планирование на производстве»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	овладение студентами теоретико-методологическими основами и практическими навыками организации и планирования производства.
Задачи изучения дисциплины:	-знать содержание основных категорий и этапов организации и планирования производства, функционирующего в условиях конкурентных экономических отношений; - изучить принципы и методы организации и планирования производства; - овладеть методиками расчетов основных плановых показателей и навыками организации производства и разработки планов развития предприятия и его структурных подразделений, отражающих различные аспекты производственной, коммерческой, финансовой и инвестиционной деятельности.
Основные разделы дисциплины:	1. Особенности отраслевого производства, тенденции и закономерности его развития. 2. Организация труда на предприятии. 3. Организация оплаты труда 4. Сущность и содержание планирования. 5. Методология планирования. 6. Стратегическое планирование. 7. Бизнес-планирование. 8. Планирование издержек производства и результатов деятельности предприятия.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-6. Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений ПК-16. Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Общая трудоемкость:	4 з. е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (2 семестр)
Форма (формы) контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра-разработчик рабочей программы:	«Экономика и управление»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование:	Рекламный менеджмент
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель дисциплины:	Целью изучаемой дисциплины является теоретическое освоение студентами системы деятельности рекламного менеджмента, приобретение ими практических навыков планирования, принятия управленческих решений в рекламной деятельности, проведение экономического анализа рекламной кампании.
Задачи дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в управлении созданием и реализацией эффективного рекламного продукта и рекламной кампании, - формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.
Основные разделы дисциплины:	<p style="text-align: center;">Раздел 1. Стратегия рекламного менеджмента</p> <p>Тема 1. Сущность и задачи рекламного менеджмента</p> <p>Тема 2. Реклама как объект управления</p> <p style="text-align: center;">Раздел 2. Организация и планирование рекламы</p> <p>Тема 3. Менеджмент рекламных агентств и служб</p> <p>Тема 4. Планирование маркетинговых коммуникаций и принятие управленческих решений</p> <p>Тема 5. Методы бюджетирования маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 6. Принципы разработки рекламного сообщения и управление творческими идеями</p> <p>Тема 7. Медиапланирование</p> <p>Тема 8. Стратегическое планирование рекламной деятельности организации</p> <p style="text-align: center;">Раздел 3. Управление рекламными кампаниями</p> <p>Тема 9. Подготовка и проведение рекламной кампании</p> <p>Тема 10. Тактика работы со средствами массовой информации: распределение бюджета</p> <p>Тема 11. Эффективность рекламной кампании и мониторинг рекламы</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3. способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОК-4. способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ПК-14. умение применять основные принципы и стандарты финансового учёта для формирования учётной политики и финансовой отчётности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учёта</p>
Общая трудоемкость:	4 з. е.

Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплины:	Зачёт (2 семестр)
Форма контроля по дисциплины:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Бренд-менеджмент
Направление подготовки:	03.08.02 Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Цель курса «Бренд-менеджмент» - изучение принципов и технологий формирования бренда, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности, формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культурой управления активами торговой марки.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – приобретение концептуальных и методологических знаний о создании эффективных брендов; – усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере; – знакомство с практической деятельностью бренд-менеджера.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. История развития бренд-менеджмента как научного направления в маркетинге; 2. Бренд-менеджмент: сущность, значение, перспективы; 3. Корпоративная культура и бренд-менеджмент; 4. Современные концепции бренд-менеджмента: интегрированный бренд-менеджмент; 5. Стратегии управления брендом компании; 6. Маркетинговый аудит в бренд-менеджменте; 7. Маркетинговые исследования как инструмент проведения маркетингового аудита в бренд-менеджменте; 8. Позиционирование бренда на рынке и потребительское поведение.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК - 3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОК - 4 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ПК-14-умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование:	Основы коммерции
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель дисциплины:	Целью изучаемой дисциплины является приобретение теоретических знаний, практических навыков в результате формирования общекультурных и профессиональных компетенций в области организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности.
Задачи дисциплины:	Основными задачами учебной дисциплины «Основы коммерции» являются: 1. теоретическое освоение студентами концептуальных основ маркетинга коммерции, как категории рыночной экономики; использование на практике полученные знания для формирования философии рыночного участия, направленной на организацию закупки, сбыта, формирование товарной, ценовой и коммуникативной политики в целях удовлетворения потребностей общества; 2. раскрытие специфики ассортиментной, ценовой и коммуникационной политики и политики позиционирования с учетом влияния факторов рыночной среды, прогнозных тенденций и закономерностей; 3. изучение особенностей оптовой и розничной торговли, различных видов торговых операций в рамках оптовых рынков, товарных бирж, аукционов, ярмарочно-выставочного бизнеса; 4. решение проблем, связанных с успешным проникновением в новые сегменты сбыта за счет гибкого использования маркетинговых технологий.
Основные разделы дисциплины:	Тема 1. Предмет и содержание дисциплины, ее взаимосвязь с другими дисциплинами Тема 2. Концепция маркетинга коммерческой деятельности: принципы и сущность Тема 3. Планирование и организация снабжения на предприятии Тема 4. Внутрифирменное планирование коммерческой деятельности Тема 5. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях Тема 6. Специфика сферы товарного обращения и ассортиментная политика Тема 7. Организация оптовой торговли Тема 8. Розничная торговля
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-6. владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

	<p>ОПК-7. способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-17. способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>
Общая трудоемкость:	3 з. е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплины:	Зачет (2 семестр)
Форма контроля по дисциплины:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование:	Международная коммерция
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель дисциплины:	Целью изучаемой дисциплины является приобретение теоретических знаний, практических навыков в результате формирования общекультурных и профессиональных компетенций в области организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности.
Задачи дисциплины:	<p>Основными задачами учебной дисциплины «Международная коммерция» являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. теоретическое освоение студентами концептуальных основ маркетинга коммерции, как категории рыночной экономики; использование на практике полученные знания для формирования философии рыночного участия, направленной на организацию закупки, сбыта, формирование товарной, ценовой и коммуникативной политики в целях удовлетворения потребностей общества; 2. раскрытие специфики ассортиментной, ценовой и коммуникационной политики и политики позиционирования с учетом влияния факторов рыночной среды, прогнозных тенденций и закономерностей; 3. изучение особенностей оптовой и розничной торговли, различных видов торговых операций в рамках оптовых рынков, товарных бирж, аукционов, ярмарочно-выставочного бизнеса; 4. решение проблем, связанных с успешным проникновением в новые сегменты сбыта за счет гибкого использования маркетинговых технологий.
Основные разделы дисциплины:	<p>Тема 1. Предмет и содержание дисциплины, ее взаимосвязь с другими дисциплинами</p> <p>Тема 2. Концепция международного маркетинга коммерческой деятельности: принципы и сущность</p> <p>Тема 3. Планирование и организация снабжения на предприятии</p> <p>Тема 4. Внутрифирменное планирование международной коммерческой деятельности</p> <p>Тема 5. Международная коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях</p> <p>Тема 6. Специфика сферы товарного обращения и ассортиментная политика</p> <p>Тема 7. Организация оптовой торговли</p> <p>Тема 8. Розничная торговля</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-6. владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

	<p>ОПК-7. способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-17. способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>
Общая трудоемкость:	3 з. е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплины:	Зачет (2 семестр)
Форма контроля по дисциплины:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Реклама и связи с общественностью
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов комплексного представления о средствах рекламы, основных принципах и правилах рекламной деятельности; – формирование представления о современной рекламно-информационной деятельности; – представить рекламу как особую маркетинговую коммуникацию; – обеспечение студентов необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - изучение теоретических основ рекламной деятельности и мероприятий в области связей с общественностью ; - выявление роли и функций основных участников рекламного процесса; - изучение современных тенденций применяемых форм и методах организации и реализации рекламных кампаний; - овладение методами предоставления рекламного продукта потребителю; – овладение системой оценки рейтинга конкретных рекламных носителей
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Сущность рекламы. 2) Реклама как средство маркетинговых коммуникаций. 3) ATL-реклама: наружная реклама, теле и радиореклама, печатная реклама, интернет реклама, реклама на транспорте. 4) BTL-реклама: Промо-акции Флеш-моб, вирусный маркетинг, Спонсорство, Мерчендайзинг. 5) Оценка эффективности рекламных кампаний
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового	Экзамен (2семестр)

контроля по дисциплине:	
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Теория и практика массовой информации
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	основной целью курса является дать студентам современные базовые знания теории и практики массовой информации; раскрыть ее место и роль в жизни современного общества и социальном управлении; изучить системные характеристики современных российских СМИ; показать роль и место массовой информации, СМИ в системе современной коммуникации, и, прежде всего, в практике связей с общественностью.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - раскрыть сущность понятий «массовая информация», «массово-информационное пространство», «массовое сознание»; - рассмотреть типологию современных средств массовой информации; - рассмотреть систему жанров современной периодической печати; - изучить технологию написания журналистского текста.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Массовая информация, и ее роль в современном мире 2. Современные СМИ России 3. Технические средства массовой коммуникации. Технические средства радио и телевидения 4. СМИ как предприятие: рынок современной прессы 5. Профессионально-этические нормы и правила: законодательство в сфере журналистики 6. СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОПК-1 способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен 2 семестр)

Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Управление изменениями
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки:	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины является: дать необходимое представление о закономерных свойствах перемен в организациях как естественных целостностях, сформировать знания и ключевые навыки в выборе подходов к управлению изменениями, развить способность различать напряженные ситуации в организациях, научить видеть возможности использования успешного опыта решения проблем развивающихся изменений.
Задачи изучения дисциплины:	<p>Основными задачами изучения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Дать представления о понятии, базовых категориях, причинах и движущих силах изменений в организациях; – Дать представления об объективных закономерностях перемен в организациях; – Изучить способы понимания различных граней организаций в процессе изменений; – Представить подходы к выбору оптимальных стратегий организационных изменений; – Изучить конструктивные технологии изменений; – Рассмотреть стратегии управления изменениями; – Научить обнаруживать основные препятствия изменениям и методам их преодоления; – Сформировать представления о способах тактической поддержки программ изменений в компаниях. – Научить направлять организационные изменения на развитие организации
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные категории дисциплины 2. Модели организации в контексте управления организационными изменениями 3. Понятие, виды, причины организационных изменений 4. Модели организационных изменений 5. Методология процесса управления изменениями 6. Модели управления изменениями 7. Организационные патологии 8. Сопротивление изменениям и методы их преодоления 9. Осуществление и мониторинг процесса изменений 10. Управление организационным развитием 11. Лидерство в процессе управления изменениями

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ПК-1 - владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p> <p>ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	5 з. е.
Всего часов по учебному плану	180 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	Менеджмент, маркетинг и организация производства

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Управление конкурентоспособностью»
Направление подготовки:	направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО))
Цель изучения дисциплины:	Товар является главным объектом на рынке. Действенность факторов, определяющих позиции организаций-производителей, проверяются в процессе соперничества товаров в условиях развитого рыночного механизма, позволяющего выявить отличия данного товара от товара- конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Для этого товар должен обладать определенным уровнем конкурентоспособности. Основная цель изучения дисциплины – рассмотреть основные виды конкуренции и способы определения конкурентоспособности товаров и организаций, направления повышения конкурентоспособности различных объектов и субъектов.
Задачи изучения дисциплины:	- определение понятия конкуренции; - раскрытие сущности концепций конкуренции; - изучение способов оценки конкурентоспособности различных объектов и субъектов и управление ею.
Основные разделы дисциплины:	Понятие и типы конкуренции на рынке. Основные концепции конкуренции. Теоретические аспекты понятия конкурентоспособности. Принципы и методы оценки конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность организации и факторы, влияющие на достижение конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность персонала: параметры, методы оценки. Методы управления конкурентоспособностью. Конкурентоспособность региона.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности ПК – 3 – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
Общая трудоемкость дисциплины:	5 з.е.
Всего часов по учебному плану:	180 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Финансы и кредит
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	изучение принципов, теоретических и практических основ организации и функционирования финансов и кредита в рыночной экономике на макро и микроэкономическом уровне, финансовой и кредитной политики государства и предприятий, а также формирования их денежных ресурсов, механизмов эффективного использования финансовых ресурсов, рационального управления финансово-кредитными отношениями.
Задачи изучения дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ознакомить студентов с сущностью финансово-кредитной системы, раскрыть теоретические основы функционирования финансов, показать их роль и возможности целенаправленного использования посредством разработки и реализации финансовой политики; 2. дать теоретические знания о финансовой политике, схемах формирования бюджетов, организации платежной системы, формах, методах и источниках финансирования предприятий различных организационно-правовых форм; 3. изучить основные принципы обоснования и разработки финансовых решений; 4. привить навыки расчетов по кредитным операциям; 5. дать практические знания в области операций банковского кредитования и оценки сравнительной эффективности вариантов кредитования; 6. освоить принципы организации и управления финансами в разных сферах деятельности.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность и функции финансов, их роль в системе денежных отношений рыночного хозяйства. 2. Финансовая система страны, ее сферы и звенья. 3. Финансовая политика и управление финансами. 4. Финансовый контроль 5. Бюджетная система государства. 6. Бюджетный процесс в РФ. 7. Государственный и муниципальный кредит. 8. Государственные социальные внебюджетные фонды. 9. Экономическая сущность и роль страхования на современном этапе. 10. Финансы хозяйствующих субъектов. 11. Ссудный капитал и кредит. 12. Банковская система РФ. 13. Рынок ценных бумаг.
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использование нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;</p>

	<p>ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;</p> <p>ПК-15 умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (3 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Деньги, кредит, банки»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	изучение сущности категорий «деньги» и «кредит» через выполняемые ими функции и анализ систем, образуемых каждой категорией – денежной и кредитной, а также методов и инструментов денежно-кредитного регулирования. Рассмотрение понятия, функций и операций коммерческих банков.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - исследовать экономические основы функционирования денег и кредита; - ознакомиться с принципами организации денежного обращения и кредитования; - рассмотреть действующую практику банковской работы; - получить представление о международных валютно-финансовых и кредитных отношениях.
Основные разделы дисциплины:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, функции, виды денег и их роль. 2. Денежный оборот и его виды. 3. Денежная система и денежное обращение. 4. Эмиссия. Инфляция и особенности её проявления в России. 5. Сущность и формы кредита. 6. Кредитная система. 7. Коммерческие банки и их деятельность. 8. Международные валютно-финансовые и кредитные отношения. 9. Брокерская и дилерская деятельность коммерческих банков
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей</p>

	путем их адаптации к конкретным задачам управления; ПК-15 умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (3 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Статистика»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины «Статистика» является познание и формирование у студентов методологических основ в общей теории статистики, а также практическое овладение приемами экономико-статистического анализа хозяйственных операций массовых явлений и процессов в различных сферах общественной жизни.
Задачи изучения дисциплины:	Освоение важнейших понятий и принципов учета в общей теории статистики; методов сбора, обработки, анализа и наглядного представления статистической информации; изучение важнейших показателей социально-экономической статистики и методологии их расчета; освоение методологии финансово-экономических расчетов и их использование в статистическом анализе; формулирование выводов на основе проведения комплексного статистического анализа социально-экономических явлений и процессов.
Основные разделы дисциплины:	<p>Методологические основы теории статистики</p> <p>Статистическое исследование: этапы и методы обобщения информации</p> <p>Статистические величины</p> <p>Статистическое изучение взаимосвязей</p> <p>Изучение динамики общественных явлений</p> <p>Индексный метод анализа статистики</p> <p>Статистика национального богатства</p> <p>Основы и виды социально-экономической статистики</p> <p>Система национальных счетов</p> <p>Статистика национального богатства</p> <p>Статистика производства</p> <p>Статистика денежного обращения, финансов, кредита</p> <p>Статистика цен, тарифов и инфляции</p> <p>Статистика населения рынка труда</p> <p>Статистика уровня жизни населения и социальной сферы</p> <p>Статистика науки и инноваций</p> <p>Статистика внешнеэкономической деятельности</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;</p> <p>ПК-9 - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды</p>

	отрасли; ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.
Общая трудоемкость дисциплины:	4 з.е.
Всего часов по учебному плану:	144 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Экзамен (2 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (2 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Контроллинг»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	изучение методологических основ контроллинга как функционально обособленного направления экономической работы на предприятии, связанного с реализацией финансово-экономической комментирующей функции в менеджменте, обеспечивающей принятие оперативных и стратегических управленческих решений.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – изучение сущности контроллинга как концепции системного управления организацией; – изучение направлений контроллинга стратегического и оперативного в управлении предприятием, контроллинга маркетинга, обеспечения ресурсами и логистики, а также финансового контроллинга, контроллинга инвестиций и инновационных процессов; – формирование умения и навыков использования основных инструментов контроллинга для принятия управленческих решений.
Основные разделы дисциплины:	<p>Тема 1. Концепция контроллинга. Виды контроллинга. Сущность, задачи и функции контроллинга. Причины возникновения контроллинга. Роль контроллинга в системе управления предприятием. Взаимосвязь контроллинга с другими функциями управления предприятием.</p> <p>Тема 2. Сущность стратегического и оперативного контроллинга. Сущность стратегического и оперативного контроллинга. Контроллинг маркетинга. Контроллинг обеспечения ресурсами. Контроллинг в области логистики. Финансовый контроллинг. Контроллинг инновационных процессов.</p> <p>Тема 3. Классификация объектов контроллинга. Структура и содержательная характеристика объектов контроллинга. Затраты и центры ответственности как объекты контроллинга. Методы классификации затрат. Постоянные и переменные затраты, прямые и косвенные затраты, затраты по степени регулируемости. Факторы возникновения затрат. Понятие центров ответственности и их виды. Центр затрат, выручки, прибыли, инвестиций. Сочетание функционального и территориального принципа.</p> <p>Тема 4. Управленческий учет как основа контроллинга. Классификация методов учета затрат, используемых в системе контроллинга. Отличия управленческого и финансового учетов. Задачи управленческого учета. Оценка методов управленческого учета затрат для решения задач контроллинга. Классификация методов</p>

управленческого учета по объектам учета, по полноте включения затрат в себестоимость, по интерпретации понятия затрат, по характеру данных. Достоинства и недостатки различных методов управленческого учета

Тема 5. Разработка бюджетов как инструмент оперативного контроллинга. Виды бюджетов. Понятие бюджета. Цели и задачи бюджетов. Структура системы бюджетов на предприятии. Достоинства и недостатки бюджетирования. Виды бюджетов, их особенности. Гибкие и фиксированные бюджеты. Бюджетирование «с нуля»

Сферы применения различных типов бюджетов.

Тема 6. Методы анализа отклонений фактических результатов от плановых.

Факторный анализ отклонений. Классификация отклонений. Расчет отклонений. Выявление отклонений. Оценка отклонений. Выявление причин отклонений

Тема 7. Система экономических расчетов, используемая в контроллинге инвестиционных проектов. Особенности контроллинга инвестиционных проектов. Критерии оценки инвестиционных проектов в контроллинге. Достоинства и недостатки критерия окупаемости, рентабельности. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов с дисконтированием денежных потоков. Анализ возможных вариантов выбора ставки дисконтирования. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов в условиях неопределенности.

Тема 8. Организационно-методические основы создания системы контроллинга на предприятии. Определение структуры контроллинга. Формирование целевых функций и элементов системы контроллинга. Место службы контроллинга в организационной структуре предприятия. Возможные варианты внедрения контроллинга. Рациональная структура финансово-экономических служб предприятия. Структура и состав службы контроллинга. Информационные потоки на предприятии в системе контроллинга. Организация службы контроллинга в корпорации.

Тема 9. Экспертная диагностика финансово-хозяйственного состояния предприятия. Цели и задачи диагностики финансово-хозяйственного состояния предприятия. Роль диагностики в управлении предприятием. Источники информации для экспертной диагностики. Методы диагностики эффективности стратегии предприятия. Методы диагностики стратегической позиции предприятия. Диагностика по слабым сигналам. Анализ финансового состояния. Анализ безубыточности. Анализ материальных потоков. Анализ информационных потоков. Оценка рисков и управление ими.

Тема 10. Методы принятия управленческих решений в контроллинге. Классификация подходов к принятию управленческих решений в контроллинге. Постулаты

	<p>принципа ограниченной рациональности по Г. Саймону. Постулаты принципа эффективного управления по Питерсу и Уотермену. Стадии процесса принятия решений. Требования к критериям принятия управленческих решений.</p> <p>Тема 11. Критерии принятия управленческих решений. Критерии принятия решений об объеме и структуре выпуска. Критерий принятия решений «производитель или покупатель». Критерий принятия решений при определении нижней границы цены продукции. Критерий принятия решений при ценообразовании. Критерий принятия решений в управлении материальными потоками на предприятии.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ПК – 5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <p>ПК –9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>
<p>Общая трудоемкость дисциплины:</p>	43.е.
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	144час.
<p>Форма итогового контроля по дисциплине:</p>	Экзамен (2 семестр)
<p>Форма контроля СРС по дисциплине:</p>	Контрольная работа (2семестр)
<p>Кафедра – разработчик программы:</p>	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина	«Финансовая математика»
Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность)	«Маркетинг»
Форма обучения	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины	формирование у будущих специалистов твердых теоретических знаний и практических навыков по использованию современных экономико-математических методов и моделей при анализе, расчете и прогнозировании финансово-экономических показателей.
Задача изучения дисциплины	1) научить студентов методике и практике использования финансово-экономических расчетов при решении конкретных задач, в том числе при отсутствии достоверной статистической информации, проводить количественный анализ финансовых операций, строить модели количественных оценок; 2) решение студентами комплекса прикладных задач, основными из которых являются: оценка стоимости и разработка плана погашения займов, адекватных условиям финансовых соглашений и состояния денежного рынка, измерение и анализ финансовых результатов инвестиций; количественный финансовый анализ лизинговых операций, формирование и анализ страховых аннуитетов.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теория процентов 2. Влияние инфляции на ставку процента 3. Конверсия валюты 4. Эквивалентность процентных ставок 5. Платежи 6. Финансовая эквивалентность обязательств 7. Риски финансовых обязательств 8. Доходность потребительского кредитования 9. Методы сравнения коммерческих контрактов
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному	108 час.

плану:	
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (3 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	Методы финансовых расчетов
Направления подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки:	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	формирование у будущих специалистов твердых теоретических знаний и практических навыков по использованию современных экономико-математических методов и моделей при анализе, расчете и прогнозировании финансово-экономических показателей.
Задачи изучения дисциплины:	1) научить студентов методике и практике использования финансово-экономических расчетов при решении конкретных задач, в том числе при отсутствии достоверной статистической информации, проводить количественный анализ финансовых операций, строить модели количественных оценок; 2) решение студентами комплекса прикладных задач, основными из которых являются: оценка стоимости и разработка плана погашения займов, адекватных условиям финансовых соглашений и состояния денежного рынка, измерение и анализ финансовых результатов инвестиций; количественный финансовый анализ лизинговых операций, формирование и анализ страховых аннуитетов.
Основные разделы дисциплины:	1. Теория процентов 2. Влияние инфляции на ставку процента 3. Эффективная процентная ставка 4. Финансовые потоки, ренты 5. Доходность и риск финансовой операции Финансовые риски 6. Портфельный анализ 7. Облигации
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (3 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (3 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Закупочная деятельность»
Направление подготовки:	направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	<p>Особая роль закупок с целью их дальнейшей переработки или перепродажи обуславливает распространенность этих процессов для любого предприятия, что делает их влияние на экономику производства существенным, а по некоторым параметрам и решающим.</p> <p>Целью изучения дисциплины является овладение системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товарно-материальных ресурсов для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от их реализации. Ознакомление со сферой ответственности менеджмента при управления закупками, а также с современным рынком товаров, перспективами развития рынка товарно-материальных ресурсов различных регионах России различных странах мира.</p>
Задачи изучения дисциплины:	<p>В ходе изучения курса «Закупочная деятельность» ставятся задачи формирования знаний в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - освоение основ закупочной деятельности; - изучение этапов перехода от «снабжения» к «прокьюременту» предприятия; - планирование закупочной деятельности системы планирования продаж и операций (S&OP); - выбор поставщика; - снижение затрат на закупки; - оптимальная работа с запасами; - изучение основных требований к содержанию контракта; - методы изучения рисков в закупочные логистики; - применение инструментов управления ограничением в закупочной деятельности; - ознакомление с государственным регулированием закупочной деятельности по отраслям и сферам применения; - рассмотрение роли материально-технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности предприятия; - определение результативности закупочной деятельности предприятия.
Основные разделы дисциплины:	<p>Основные понятия, сущность, принципы, концепции и виды закупок: определение закупи, принципы закупочной деятельности, роль закупочной деятельности современной организации.</p> <p>Процесс управления закупочной деятельности: анализ</p>

	<p>рыночных возможностей, выбор целевого сегмента рынка поставщика, разработка комплекса оптимальной работы с запасами, организация и контроль требований по содержанию контрактов.</p> <p>Государственным регулированием закупочной деятельности по отраслям и сферам применения, к которым относится становление рыночных отношений в сфере коммерческой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществление государственного контроля за ведением хозяйственной деятельности, в частности за выполнением условий для занятия определенными видами деятельности и для борьбы с незаконной практикой тайного предпринимательства; - проведение налогообложения; - получение государственных сведений статистического учета для осуществления мер регулирования экономики; - предоставление всем участникам хозяйственного оборота, государственным органам власти и органам местного самоуправления информации о субъектах предпринимательской деятельности; - создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей эффективное функционирование и развитие коммерческой деятельности и, в конечном итоге, обеспечение устойчивого экономического роста. <p>Методы изучения рисков в закупочные логистики .Сущность и типы рисков, их сравнительное описание и источники возникновения в логистической сфере. Пример минимизации логистических рисков в различных отраслях на предприятии: транспорта, работы складов и страхования. Организация страхования грузов.</p> <p>Определение результативности закупочной деятельности предприятия. При определении эффективности закупочных операций необходимо комплексно оценить работу службы закупок фирмы, приняв во внимание: выполнение плана закупок по объемным и качественным показателям, выполнение бюджета фирмы и объем сэкономленных средств, дополнительные меры по контролю качества входящей продукции, а также объем и стоимость упущенных продаж, общий объем операций, производительность труда, транспортные издержки и т.д.</p>
<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК – 1- владение навыками поиска, анализа и использование нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК – 4- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;</p> <p>ОПК – 7- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности</p>

	<p>ПК – 7- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>ПК – 12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	3 з.е.
Всего часов по учебному плану:	108 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (6 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (6 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Правовое регулирование маркетинговой деятельности»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО))
Цель изучения дисциплины:	Целью данного курса является получение знаний и навыков, необходимых для обеспечения работы маркетолога, а именно: понимание специфики государственного регулирования маркетинговой деятельности, овладение основными навыками работы с нормативными документами, умение использовать правовые нормы в реальной практике
Задачи изучения дисциплины:	Сформировать у слушателей понимание вопросов правового регулирования маркетинга, умение использовать правовые нормы в реальной практике, что в конечном итоге, существенно расширят профессиональные возможности выпускников, повысит их ценность как специалистов
Основные разделы дисциплины:	<p>Правовые отношения субъектов маркетинговой деятельности с органами государственной власти и управления.</p> <p>Договор, внедоговорные обязательства, расчетные и кредитные правоотношения.</p> <p>Основные аспекты деятельности рынка интеллектуальной собственности.</p> <p>Правое обеспечение средств индивидуализации.</p> <p>Коммерческая тайна предприятия.</p> <p>Государственное регулирование рынка в области конкурентных отношений</p> <p>Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Правовое регулирование товарной политики и товародвижения..</p> <p>Правое регулирование процесса ценообразования.</p> <p>Законодательство о защите прав потребителей.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ПК 5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>
Общая трудоемкость дисциплины:	2 з.е.
Всего часов по учебному плану:	72 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (6 семестр)
Форма контроля СРС по дисциплине:	Контрольная работа (6 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профили подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> – понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; – знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; – формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; – овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте; – приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту; – создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений; – приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей; – совершенствование спортивного мастерства студентов.
Основные разделы дисциплины:	Физическая культура; Развитие и совершенствование физических качеств различной направленности; Контроль и самоконтроль на занятиях физическими упражнениями; Координационные способности и их развитие; Совершенствование техники бега на различные дистанции; Инновационные технологии обучения двигательным действиям; Использование физических упражнений для профилактики профессиональных заболеваний.
Планируемые результаты обучения (перечень)	ОК-6 - Способность к самоорганизации и самообразованию ОК-7 - Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и

компетенций):	профессиональной деятельности ОК-8 - Способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Общая трудоемкость дисциплины:	-
Всего часов по учебному плану:	328 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	
Форма контроля СРС по дисциплине:	-
Кафедра – разработчик программы:	«Физическое воспитание»

Аннотация к программе практики

Вид практики:	Учебная практика
Тип практики	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	Маркетинг
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Способ проведения практики	Стационарная
Цель практики :	систематизация, обобщение, закрепление и углубление теоретических знаний и умений, приобретённых студентами при освоении основной образовательной программы и приобретение навыков самостоятельной работы в области оценки различных видов активов. Основной целью учебной практики является ознакомление студентов с основными видами и задачами будущей профессиональной деятельности.
Задачи практики:	Учебная практика имеет своей задачей закрепление теоретических знаний, полученных студентами во время обучения, приобретение более глубоких практических навыков по специальности и профилю будущей работы.
Содержание практики (основные разделы практики)	<p>Теоретический раздел (кабинетные исследования)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. мониторинг электронных и печатных СМИ 2. поиск и анализ информации открытых и закрытых баз данных 3. аналитика готовых исследований 4. проведение анализа государственных и ведомственных статистических данных 5. проведение анализа информации с выставок, отраслевых событий, специализированных каталогов и справочников, рекламно-информационных материалов. 6. изучение технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности 7. сбор и обработка практического материала 8. написания отчета по практике <p>Практический раздел (при выборе места прохождения практики компаний реального сектора экономики)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. изучение объекта практики: 2. описание организации, 3. изучение ее структуры 4. сбор и анализ показателей производственно-хозяйственной, финансовой и коммерческой деятельности предприятия 5. разработка аналитического резюме, включающего определение основных проблем организации и возможные пути их решения. <p>Практический раздел (при выборе базы практики структурных подразделений университета):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. изучение и анализ результатов проведенных

	<p>исследований, отраженных в отчетах, диссертациях, научных публикациях по теме практики;</p> <p>2. самостоятельный поиск и анализ информации с использованием различных источников, включая Интернет и зарубежную литературу, по заданию руководителя практики;</p> <p>3. овладение методикой проведения беседы в формате свободного интервью с одним из логистов-практиков или логистов-ученых для определения комплекса научно-исследовательских проблем, связанных с его профессиональной деятельностью</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК- 3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использование нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ПК-2 владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p> <p>ПК 8 владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организации при внедрении и технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p> <p>ПК-11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>ПК-20 владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>
Место практики в структуре ОП	2 семестр
Общая трудоемкость практики:	24 з.е.
Всего часов по учебному плану:	864 час.
Форма итогового промежуточной аттестации по практике	Зачет (2 семестр)
Форма контроля СРС по практике:	Отчет по практике
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к программе практики

Вид практики:	Производственная практика -
Тип практики	практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Стационарная
Способ проведения практики	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель практики :	Общей целью производственной практики по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» является систематизация, обобщение, закрепление и углубление теоретических знаний и умений, приобретенных студентами при освоении основной образовательной программы бакалавриата
Задачи практики:	Производственная практика имеет своей задачей закрепление теоретических знаний, полученных студентами во время обучения, приобретение более глубоких практических навыков по специальности и профилю будущей работы.
Содержание практики (основные разделы практики)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ознакомление с организацией финансово-хозяйственной деятельности на базе практики 2. характеризовать организацию в целом и маркетинговое подразделение, в котором студент проходил практику; 3. дать характеристику проделанной работы в соответствии с целями и задачами практики в части организации, 4. описать процессы управления и планирования маркетинговой деятельности в организации; 5. изучить и дать характеристику проделанной работы по конкретным видам маркетинга в организации 6. смоделировать процесс принятия маркетинговых решений; 7. выделить основные этапы разработки маркетинговых процессов в функциональных областях организаций бизнеса; 8. изучить процесс проведения экспертизы и аудита маркетинга промышленных и торговых компаний 9. изучить процессы проектирования маркетинговых бизнес-процессов организаций; 10. изучить процесс управления деятельностью структурных подразделений служб маркетинга; 11. исследовать элементы систем управления качеством маркетингового сервиса в организациях различного профиля; 12. составление отчета по практике на основе проведенного анализа и результатов прохождения практики

**Планируемые результаты
обучения
(перечень компетенций):**

ОК- 3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

ОПК 2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

ПК – 1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культур

ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

ПК-4 умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

ПК-7 владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

ПК-8 владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организации при внедрении и технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их

	<p>адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p> <p>ПК-13 умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций</p> <p>ПК-14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета</p> <p>ПК-15 умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>ПК-16 владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p> <p>ПК-19 владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками</p>
Место практики в структуре ОП	4 семестр
Общая трудоемкость практики:	6 з.е.
Всего часов по учебному плану:	216 час.
Форма итогового промежуточной аттестации по практике	Зачет с оценкой (4 семестр)
Форма контроля СРС по практике:	Отчет по практике
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к программе практики

Вид практики:	Производственная практика
Тип практики	Преддипломная практика
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	стационарная
Способ проведения практики	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель практики :	<p>Преддипломная практика проводится с целью закрепления и расширения теоретических и практических знаний студентов, приобретения профессиональных навыков работы по специальности, подготовки дипломной работы. Требования к организации практики и ее содержание определяются ФГОС ВО. Систематизация и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных научных, технических, экономических и производственных задач и подготовка студента к выполнению выпускной квалификационной работы.</p> <p>Приобретение практических навыков работы в предстоящей должности</p>
Задачи практики:	<ul style="list-style-type: none"> - приобретение профессиональных навыков работы в экономических отделах, службах и подразделениях предприятий и организаций; - развитие навыков самостоятельной работы с плановой, экономической, статистической документацией; - овладение методами и приемами анализа, планирования и регулирования; - сбор и первичная обработка материалов для выполнения дипломной работы в соответствии с выбранной и утвержденной темой
Содержание практики (основные разделы практики)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исследование, сбор и систематизация информации о предприятии для написания аналитической части дипломной работы 2. Проведение бизнес-диагностики исследуемого предприятия 3. Анализ конкретной задачи исследования или исполнение отдельной функции, отдельного элемента системы менеджмента 4. Сбор, анализ и систематизация теоретического материала по исследуемой проблеме 5. Ознакомление с обязанностями менеджера в различных функциональных сферах 6. Выполнение индивидуального задания с учетом специфики выбранной темы ВКР 7. Систематизация материала и подготовка отчета по преддипломной практике

<p>Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):</p>	<p>ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности ;</p> <p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;</p> <p>ПК-4 умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации ;</p> <p>ПК-5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <p>ПК-6 способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p> <p>ПК-8 владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений ;</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ;</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов</p>
<p>Место практики в структуре ОП</p>	<p>5,6 семестр</p>
<p>Общая трудоемкость практики:</p>	<p>24 з.е.</p>
<p>Всего часов по учебному плану:</p>	<p>864 час.</p>
<p>Форма итогового промежуточной аттестации по практике</p>	<p>Зачет с оценкой (5,6 семестры)</p>
<p>Форма контроля СРС по практике:</p>	<p>Отчет по практике</p>
<p>Кафедра – разработчик программы:</p>	<p>«Менеджмент, маркетинг и организация производства»</p>

Аннотация к программе Государственная итоговая аттестация

ГИА:	Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель ГИА:	Целью подготовки и защиты выпускной работы бакалавра является подтверждение соответствия приобретенных выпускником в высшем учебном заведении знаний, умений и компетенций требованиям основной образовательной программы высшего профессионального образования (ООП ВО) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» по профилю подготовки «Маркетинг» в соответствии с видом профессиональной деятельности (организационно управленческая, информационно-экономическая, предпринимательская), по которой специализировался выпускник.
Задачи ГИА:	<ul style="list-style-type: none"> - приобретение системных навыков практического применения теоретических знаний при решении научно-исследовательских, организационно-управленческих, аналитических задач в области своей профессиональной деятельности; - приобретение опыта обработки, анализа и систематизации результатов исследований, оценки их практической значимости; - приобретение опыта представления и публичной защиты результатов разработок, исследований и принятых решений.
Содержание ГИА	<ol style="list-style-type: none"> 1) Выбор темы и обоснование ее актуальности. 2) Составление библиографии, ознакомление с законодательными актами, нормативными документами и другими источниками, относящимися к теме дипломной работы. 3) Сбор фактического материала в статистических органах, на предприятиях различных форм собственности, в рыночных структурах и других организациях 4) Обработка и анализ полученной информации с применением современных методов финансового и хозяйственного анализа, математико-статистических методов 5) Формулировка выводов и выработка рекомендаций 6) Оформление дипломной работы в соответствии с установленными требованиями (Выпускная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы, приложений и последнего листа.)
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	<p>ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для</p>

	<p>формирования гражданской позиции</p> <p>ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ОК-5 способность к самоорганизации и самообразованию</p> <p>ОК-6 способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p>ОК-7 способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p>ОК-8 способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</p> <p>ОПК -1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>ОПК3 способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p> <p>ОПК-5 владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем</p> <p>ОПК-6 владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p> <p>ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе</p>
--	---

	<p>знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>ПК-2 владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде</p> <p>ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>ПК-4 способность, на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты</p> <p>ПК-5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p> <p>ПК-6 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей</p> <p>ПК-7 способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии</p> <p>ПК-8 владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p> <p>способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических</p>
--	--

	<p>основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p> <p>ПК-13 умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций</p> <p>ПК-14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета</p> <p>ПК-15 умение анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>ПК-16 владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p> <p>ПК-17 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p>ПК-18 владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p> <p>ПК-19 владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками</p> <p>ПК-20 владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>
Общая трудоемкость ГИА:	9 з.е.
Всего часов по учебному	324 час.

плану:	
Форма итогового промежуточной аттестации по практике	Выпускная квалификационная работа бакалавра (6 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	«Менеджмент, маркетинг и организация производства»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Дисциплина:	«Информационная культура студента»
Направление подготовки:	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки (направленность):	«Маркетинг»
Форма обучения:	Очно-заочная (на базе ВО)
Цель изучения дисциплины:	Целями освоения дисциплины являются: формирование информационной грамотности студентов ВолгГТУ; усвоение ими знаний и умений рационального поиска, отбора, учета, анализа, обработки и использования информации разными методами и способами в самых различных источниках; выработка у студентов ВолгГТУ поисковых навыков (алгоритмов работы) в электронных и карточных каталогах; в универсальных и отраслевых энциклопедиях, словарях, справочниках; в библиографических указателях и базах данных; в реферативных журналах и сборниках; в справочно-правовых системах и электронных ресурсах локального и удаленного доступа.
Задачи изучения дисциплины:	<ul style="list-style-type: none"> - осветить роль библиотек в процессе хранения и передачи научной информации; - научить алгоритмам работы в электронных и карточных каталогах; в универсальных и отраслевых энциклопедиях, словарях и справочниках; - выработать умения делать заказ, бронирование и продление необходимых изданий; - обучить поисковым алгоритмам в библиографических указателях и базах данных; в реферативных журналах и сборниках обзоров; в электронных ресурсах локального и удаленного доступа; - научить правилам составления и редактирования библиографического описания научных и учебных документов; - обучить грамотному оформлению библиографических ссылок и списков использованных источников согласно федеральным государственным стандартам; -- привить культуру оформления исследовательских работ на основе стандартов университета.
Основные разделы дисциплины:	<p>Знакомство со справочно-библиографическим аппаратом ИБЦ ВолгГТУ. Методика поиска и отбора информации по конкретным темам.</p> <p>Система научной информации. Библиотека как центр информационного обеспечения учебной и научной деятельности.</p> <p>Методика поиска информации по теме выпускной работы бакалавра в локальной сети вуза и Интернет.</p> <p>Методика библиографического оформления научной работы.</p>
Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):	ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Общая трудоемкость дисциплины:	1 з.е.
Всего часов по учебному плану:	36 час.
Форма итогового контроля по дисциплине:	Зачет (4 семестр)
Кафедра – разработчик программы:	Информационно-библиотечный центр