

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «История России»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой истории.

Основывается на базе дисциплин «История» и «Обществознание» образовательной программы общего среднего образования.

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «История России» является формирование у студентов общегражданской идентичности, основанной на понимании исторического опыта строительства российской государственности на всех его этапах, понимании того, что на всем протяжении российской истории сильная центральная власть имела важнейшее значение для построения и сохранения единого культурно-исторического пространства национальной государственности.

Задачами изучения дисциплины «История России» является:

сформировать у студентов цельный образ истории России с пониманием ее специфических проблем, синхронизировать российский исторический процесс с общемировым, а также развить умения работы с историческими источниками и научной литературой;

помочь студенту овладеть знаниями исторических фактов – дат, мест, участников и результатов важнейших событий, а также исторических названий, терминов; усвоить исторические понятия, концепции; обратить особое внимание на периоды, когда Россия сталкивалась с серьезными историческими вызовами или переживала кризисы, рассмотреть вызвавшие их причины и предпосылки, а также пути преодоления; исторический опыт национальной и конфессиональной политики Российского государства на всех этапах его существования (включая периоды Российской империи и Советского Союза) по достижению межнационального мира и согласия, взаимного влияния и взаимопроникновения культур;

выработать у студентов навыки и умения извлекать информацию из исторических источников, применять ее для решения познавательных задач; использовать приемы исторического описания (рассказ о событиях, процессах, явлениях) и объяснения (раскрытие причин и следствий событий, выявление в них общего и различного, определение их характера, классификация и др.);

сформировать представление об оценках исторических событий и явлений, навыки критического мышления (умение определять и

обосновывать свое отношение к историческим и современным событиям, их участникам);

сформировать у будущих специалистов патриотически ориентированную политическую культуру на основе понимания исторических аспектов актуальных геополитических и социальных проблем, источников их возникновения и возможных путей их разрешения с учетом имеющегося у человечества исторического опыта;

сформировать ответственность будущего специалиста за результаты своей деятельности, помочь определить собственные параметры его жизни, ценности и нормы поведения на производстве, в научных учреждениях, в предпринимательской деятельности и личном участии в общественных преобразованиях, а также нравственные ориентиры в разрешении глобальных проблем современности;

сформировать у студентов представление об историческом пути российской цивилизации как неотъемлемой части мирового исторического процесса через изучение основных культурно-исторических эпох;

сформировать у студентов целостное представление об основных периодах и тенденциях развития многонационального российского государства с древнейших времен по настоящее время;

обучить студентов выделению, анализу наиболее существенных связей и признаков исторических явлений и процессов, систематизации и обобщению исторических источников, сведению отдельных и часто разрозненных фактов и событий в стройную систему достоверных знаний, выявлению причинно-следственных связей между ними, глубинных процессов, определяющих ход общественного развития, его движущие силы и мотивацию;

сформировать подход к истории российского государства как к непрерывному процессу обретения национальной идентичности, становления единого культурно-исторического пространства;

выработать потребность в компаративистском подходе к оценке сходных процессов и явлений, таких как освоение новых территорий, строительство империи, складывание форм и типов государственности, организационных форм социума и др.;

выработать сознательное оценочное отношение к историческим деятелям, процессам и явлениям, исключающее возможность возникновения внутренних противоречий и взаимоисключающих трактовок исторических событий, в том числе имеющих существенное значение для отдельных регионов России;

выработать сознательное отношение к истории прошлого региона как основы для формирования исторического сознания, воспитания общегражданской идентичности и патриотизма.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

История как наука. Хронологические и географические рамки курса Российской истории. История России и всеобщая история. Мир в древности. Народы и политические образования на территории современной России в древности. Начало эпохи Средних веков. Восточная Европа в середине I тыс. н. э. Образование государства Русь. Русь в конце X — начале XIII в. Особенности общественного строя в период Средневековья в странах Европы и Азии. Русские земли в середине XIII — XIV в. Формирование единого Русского государства в XV в. Европа и мир в эпоху Позднего Средневековья. Древнерусская культура. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в начале XVI в. Эпоха Ивана IV Грозного. Россия на рубеже XVI–XVII вв. Смутное время. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв. Россия в эпоху преобразований Петра I. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725–1762 гг. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в. Россия первой четверти XIX в. Россия второй четверти XIX в. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907–1914 гг. Первая мировая война и Россия. Культура в России XIX — начала XX в. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы. Советский Союз в 1920-е — 1930-е гг. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма — ключевая составляющая Второй мировой войны. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945–1984 гг. Мир после Второй мировой войны. Период «перестройки» и распада СССР (1985–1991). Россия в 1990-е гг. Россия в XXI в..

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (54 ч.), практические (72 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (18 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой философии.

Основывается на базе дисциплины «История России».

Является основой для изучения дисциплины «Основы психологии и инклюзивного взаимодействия».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Философия» является получение целостного представления о специфике философского знания, особенностях

решения философией проблем, которые волнуют человечество, раскрыть творческую роль философии в современной культуре, обосновать необходимость усвоения философского знания.

Задачами изучения дисциплины «Философия» является:

посредством изучения философских систем раскрыть богатство философского наследия, а также определить особенности исторического развития философской мысли;

ознакомить студентов с основными философскими проблемами, категориями и понятиями;

заложить основы взгляда на мир, отвечающего современным достижениям науки;

сформировать абстрактное мышление у студентов;

научить студентов логически мыслить методом от абстрактного к конкретному;

научить студентов анализировать мировоззрение каждой исторической эпохи, философских концепций и отдельных мыслителей;

сформировать у студентов умение аргументировать свою точку зрения, находя основание своей точки зрения относительно любой проблемы;

сформировать способности работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

сформировать способности к самоорганизации и самообразованию.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков.

Основывается на базе дисциплины «Иностранный язык» предыдущего уровня образования.

Является основой для изучения дисциплины «Деловой иностранный язык», а также дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» программы подготовки магистра.

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачами изучения дисциплины «Иностранный язык» является:

формировать социокультурную компетенцию и поведенческие стереотипы, необходимые для успешной адаптации выпускников на рынке труда;

развивать умения самостоятельно приобретать знания для осуществления профессиональной и научной коммуникации на иностранном языке;

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

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

формировать основы межкультурной коммуникации, воспитывать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов;

формировать позитивное отношение к овладению как языком, так и мировой культурой;

формировать профессиональные компетенции путем ознакомления с различными методами и приемами обучения иностранному языку и путем привлечения к выполнению профессионально-ориентированных заданий.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Тексты по профессиональной подготовке. Грамматика иностранного языка в соответствии с программой. Устные темы в соответствии с программой.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (136 ч.) и самостоятельная работа студента (80 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Экономическая теория»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина относится к циклу обязательной части дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг

Дисциплина реализуется кафедрой управления персоналом и экономической теории.

Основывается на базе школьного курса.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Региональная экономика», «Экономика организаций» и др.

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - сформировать у студентов представление о сфере профессиональной деятельности, ее месте и роли в общественном производстве, дать общую характеристику знаний по специальности и средств их освоения.

Задачи:

сформировать у студентов основы экономического мышления;
дать углубленное представление о принципах и законах функционирования национальной экономики;
познакомить со спецификой экономического моделирования и анализа;
раскрыть содержание базовых терминов и понятий, используемых при изучении других экономических дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-10) и общепрофессиональных (ОПК-1) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины:

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

организация предпринимательской деятельности.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Макроэкономика»

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина относится к циклу обязательной части дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Дисциплина реализуется кафедрой управления персоналом и экономической теории.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика» и др.

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - сформировать у студентов представление о сфере профессиональной деятельности, ее месте и роли в общественном производстве, дать общую характеристику знаний по специальности и средств их освоения.

Задачи:

сформировать у студентов основы экономического мышления;
дать углубленное представление о принципах и законах функционирования национальной экономики;
познакомить со спецификой экономического моделирования и анализа;
раскрыть содержание базовых терминов и понятий, используемых при изучении других экономических дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-10) и общепрофессиональных (ОПК-1) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины:

Макроэкономика как наука. Измерение результатов экономической деятельности. Макроэкономическая нестабильность. Совокупный спрос и совокупное предложение. Потребление, сбережения и инвестиции. Совокупные расходы и ВВП. Государство в системе макроэкономического регулирования. Фискальная политика. Денежный рынок и монетарная политика. Механизм внешнеэкономической деятельности. Рынок труда и социальная политика.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«История экономических учений»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой туризма и гостиничного дела.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «История экономических учений» является:

показать зарождение и развитие теоретических понятий;

сравнить методологические подходы и теоретические позиции ведущих представителей различных школ, течений и направлений экономической мысли;

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой экономики предприятия.

Основывается на базе дисциплин: «Высшая математика», «История экономических учений», «Экономическая теория и макроэкономика».

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Микроэкономика» является формирование у будущих специалистов знаний закономерностей поведения экономических субъектов в рыночных условиях; вооружения их универсальным инструментарием для принятия обоснованных решений в условиях ограниченности средств и наличия альтернативных возможностей.

Задачами изучения дисциплины «Микроэкономика» является:

предоставить студентам знания и навыки, необходимые в будущей профессиональной деятельности;

сформировать рыночно-ориентированный экономический кругозор участника общественного производства, способного к самостоятельной предпринимательской деятельности;

помочь овладеть универсальным инструментарием принятия рациональных хозяйственных решений;

начать развитие творческой активности и экономического мышления будущего специалиста, воспитание его гражданских и профессиональных качеств.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-10) и общепрофессиональных (ОПК-4) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Введение в микроэкономiku. Теория потребительского выбора. Теория эластичности. Теория производства экономических благ. Теория фирмы. Анализ затрат. Теория совершенной конкуренции. Теория монополии. Теория монополистической конкуренции. Теория олигополии. Рынок факторов производства. Рынок труда. Рынок факторов производства. Рынок труда. Рынок факторов производства. Рынок земли. Роль государства в микроэкономике. Антимонопольное законодательство.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Математика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой прикладной математики.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования (школьный курс алгебры, геометрии, элементарных функций и основ математического анализа).

Является основой для изучения следующих дисциплин математического и естественно-научного блока, а также экономических дисциплин гуманитарного, социального и экономического и профессионального блоков подготовки студентов.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Математика» является овладение студентами необходимым математическим аппаратом, помогающим анализировать, моделировать и решать задачи в рамках прикладных

исследований, изложение основных положений математики, необходимых для понимания и использования основных законов естественнонаучных и экономических дисциплин в профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Математика» является:
развить логическое и абстрактное мышление студентов;
дать представление о методах исследования и решения математических задач;
выработать у студентов умения самостоятельно расширять свои математические знания и проводить математический анализ прикладных задач.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), практические (68 ч.) занятия и 116 ч. самостоятельная работа студента.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Статистика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой экономической кибернетики.

Основывается на базе дисциплин: «Высшая математика», «Бизнес-информатика», «Микроэкономика», «Теория вероятностей и математическая статистика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Эконометрика», «Экономика предприятия».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Статистика» является обеспечение обучающихся знаниями и умениями, позволяющим собирать и регистрировать статистическую информацию, провести предварительную обработку и контроль материалов наблюдения, выполнить расчёты статистических показателей и сформулировать основные выводы, осуществлять комплексный анализ изучаемых социально-экономических явлений и процессов, в т.ч. с использованием средств вычислительной техники.

Задачами изучения дисциплины «Статистика» является:

собирать и регистрировать статистическую информацию;
проводить первичную обработку и контроль материалов наблюдения;
выполнять расчеты статистических показателей и формулировать
основные выводы;

осуществлять комплексный анализ изучаемых социально-экономических явлений и процессов, в том числе с использованием средств вычислительной техники.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-1) и общепрофессиональных (ОПК-2) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Предмет и метод статистики. Организация статистики. Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных. Ряды распределения. Статистические таблицы. Абсолютные и относительные величины. Графическое изображение статистических данных. Средние величины и показатели вариации. Статистическое изучение связей между явлениями. Корреляционно-регрессионный анализ, статистическое моделирование. Ряды динамики. Анализ и обработка временных рядов. Индексы. Индексный метод анализа.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой «Экономическая кибернетика и прикладная статистика».

Для изучения дисциплины необходимы знания, полученные при успешном освоении предмета «Информатика» в рамках программы полного среднего образования.

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин, обеспечивающих дальнейшую подготовку бакалавра, таких как «Эконометрика», «Статистика», «Моделирование бизнес-процессов», «Информационные системы и технологии в управленческой деятельности» и другие дисциплины профессионального цикла.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачи:

изучение сущности и назначения прикладных информационных технологий управления бизнесом;

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

освоение программного обеспечения бизнес-офиса организации;

изучение основ организации бизнеса в условиях цифровой экономики.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-1) и общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Экономическая информация и информационные процессы в организационно-экономической сфере; информационные системы и технологии формирования, обработки и представления данных в информационных системах; информационные технологии решения экономических задач средствами электронных таблиц; технологии обработки информации с помощью консолидированных и сводных таблиц; технологии анализа экономической информации с помощью диаграмм в информационных системах; вычислительные сети; информационные технологии создания систем поддержки принятия решений и методы прогнозирования; методы и средства защиты информации в информационных системах; технологии поиска информации.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.), лабораторные (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Безопасность жизнедеятельности»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой «Охрана труда и безопасность жизнедеятельности».

Основывается на базе знаний и умений, полученных в средней школе при изучении основ безопасности жизнедеятельности.

Является основой для изучения для изучения дисциплин профессионального цикла.

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачами изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является:

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

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

- формирование: культуры безопасности, риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека; культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности; готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности; мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности; способностей к оценке вклада своей предметной области в решение проблем безопасности; способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

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

Содержание дисциплины:

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

Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.
Пожарная безопасность.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Экономика организаций»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой экономики предприятия.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального блока подготовки студентов.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Экономика организаций» является:
изучить содержание экономической деятельности предприятия (организации);

развить практические навыки работы с экономической информацией;
сформировать навыки экономического мышления в сфере деятельности предприятия (организации);

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

сформировать и систематизировать знания, позволяющие открыть собственное предприятие;

обеспечить формирование навыков в использовании результатов маркетинговых исследований.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-1 и ОПК-2) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Теория и модели предприятий. Виды предприятий, их организационно-правовые формы. Обоснование производственной программы предприятия. Основной капитал. Интеллектуальный капитал.оборотный капитал. Персонал предприятия, производительность и оплата труда. Технико-технологическая база и производственная мощность предприятия. Расходы предприятия, текущие и капитальные затраты, затраты на производство и сбыт. Финансово-экономические результаты субъектов хозяйствования. Экономическая эффективность как категория.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Учет и аудит»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой учета и аудита.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального блока подготовки студентов.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Учет и аудит» является:

изучить методы рациональной организации и ведения бухгалтерского учета на предприятиях на основе использования прогрессивных форм и национальных стандартов;

приобрести навыки разработки и использования учетной информации в управлении.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Хозяйственный учет, его сущность и характеристика. Виды и методические приемы бухгалтерского учета. Счета бухгалтерского учета и

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой финансов и кредита.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «История экономической учений», «Региональная экономика», «Экономика организаций».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального блока подготовки студентов.

Цель и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Финансы» является:

сформировать у студентов четкое представление о закономерностях функционирования финансовых, денежных и кредитных рынков и их особенностях, инструментах и методах проведения денежно-кредитной политики и механизмах их действия в современных условиях;

изучить принципы построения и регулирования финансовых и кредитных систем в странах с развитой рыночной экономикой;

рассмотреть тенденции и направления развития финансовой и кредитной систем;

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

овладеть приемами анализа и прогнозирования процессов в сфере денежно-кредитных отношений.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-10) и общепрофессиональных (ОПК-2) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Понятие о финансах, их роль и значение в общественном воспроизводстве. Сущность и функции финансов. Основы использования финансов в общественном воспроизводстве. Роль международных финансов в развитии процесса глобализации. Финансовая система. Управление финансами: планирование, оперативное управление, контроль. Финансовая политика и финансовый механизм. Финансовое планирование и прогнозирование. Финансовый контроль. Бюджет и бюджетное устройство. Бюджетный процесс. Бюджетный процесс. Муниципальные финансы. Бюджет государства. Доходы государственного бюджета. Государственный и муниципальный кредит. Расходы государственного бюджета. Бюджетный федерализм. Государственные внебюджетные фонды. Основы функционирования финансов предприятий (организаций, учреждений). Деньги. Возникновение и сущность денег. Функции денег. Роль денег в воспроизводственном процессе. Выпуск денег в хозяйственный оборот. Денежный оборот, его содержание и структура. Особенности денежного оборота при разных моделях экономики. Безналичный денежный оборот и его организация. Налично-денежный оборот и его организация. Денежная система. Инфляция. Формы ее проявления, причины, социально-экономические последствия. Основы международных валютных и расчетных отношений. Кредит. Необходимость и сущность кредита. Функции и законы кредита. Формы и виды кредита. Роль и границы кредита. Ссудный процент и его экономическая роль.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), практические (68 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (152 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Менеджмент» является:

изучить и осмыслить предмет, методы и содержание данной дисциплины;

изучить и усвоить теоретические и методологические основы менеджмента;

ознакомить и усвоить методические инструменты менеджмента (моделей, методов, практических приемов, используемых в процессе управления организацией);

формировать и развивать управленческие навыки и способности, позволяющие осуществлять успешную деятельность.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-1) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и 112 ч. самостоятельная работа студента.

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального блока подготовки студентов.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов знаний базовых категорий маркетинга, методологических аспектов организации маркетинговой деятельности и ее приоритетов в современных условиях.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг» является:

изучить теоретические понятия категорий маркетинга и современных тенденций в этой области знаний;

овладеть методологическим аппаратом организации маркетинговой деятельности на предприятиях;

приобрести способности к творческому поиску направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятий и организаций.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-4) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность маркетинга, его функции, виды и концепции. Маркетинг как открытая, мобильная и управляемая система. Комплексное исследование и прогнозирование рыночного спроса. Изучение потребностей и поведения покупателей для управления покупательским спросом. Товар и товарная политика в маркетинге. Цена и ценовая политика в маркетинге. Распределение и политика распределения продукта в системе маркетинга. Продвижение и коммуникационная политика в системе маркетинга. Стратегическое планирование, целеполагание и достижение конкурентных преимуществ.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), практические (68 ч.) занятия и 80 ч. самостоятельная работа студента (в том числе курсовая работа 36 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Региональная экономика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой экономики предприятия.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Региональная экономика» является:

изучить тенденции экономического развития и размещения производительных сил;

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

изучить теории региональной экономики;

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

проведение анализа особенностей формирования экономики регионов;

изучение значения международных связей в экономическом развитии регионов.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Предмет, методология и задачи курса региональной экономики. Закономерности, принципы, факторы размещения производительных сил. Экономическое районирование и территориальная структура народного хозяйства. Предпосылки размещения производительных сил и формирования экономики регионов. Регион в системе разделения труда. Суть, цель и задачи региональной экономической политики страны. Механизм реализации региональной экономической политики. Хозяйственный комплекс, особенности структуры и трансформация в рыночных условиях. Экономика

как единство региональных социально-экономических систем. Новые формы регионального развития производительных сил. Экономика регионов: состояние и перспективы развития. Факторы устойчивого развития производительных сил.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Управление проектами»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой «Экономическая кибернетика и прикладная статистика».

Для изучения дисциплины необходимы знания, полученные при успешном освоении учебных дисциплинах «Русский язык и культура речи в сфере профессиональной коммуникации», «Менеджмент».

Содержание дисциплины служит основой для освоения профессиональных дисциплин в части участия обучающихся и организации ими проектной деятельности любой предметной области.

Цели и задачи дисциплины.

Целью дисциплины «Управление проектами» является формирование у студентов универсальных компетенций в области разработки и реализации проектов.

Задачи: формирование представлений обучающихся о теоретических основах проектирования, внутренней структуре и этапах проектирования; продемонстрировать специфику проектного управления, взаимосвязи с другими видами управления, выделить функциональные области управления проектами; познакомить с основными инструментами ведения и управления проектами; развить базовые навыки ведения проектной деятельности; обеспечить проведение проектной работы участниками курса; показать применимость компетенций, формирующихся в процессе прохождения курса, в практической деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование универсальной (УК-2) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: введение в проектную деятельность; цели и содержание проекта; организационные формы управления проектом; этапы работы над проектом; организационная структура проекта и распределение ответственности за управление проектом; внутренняя структура и

жизненный цикл проекта; гибкие методики управления проектами; разработка проекта; планирование и принятие решений в проекте; презентация проекта.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) и самостоятельная работа студента (90 ч.).

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

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой экономической кибернетики. Основывается на базе дисциплин: «Бизнес-информатика», «Менеджмент». Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального блока подготовки студентов.

Цели и задачи дисциплины.

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

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

создать у студентов целостное представление о процессах формирования информационного общества;

изучить основы организации современных информационных технологий и их применение в экономической и управленческой деятельности;

рассмотреть существующей отечественный и зарубежный практический опыт по созданию, функционированию и развитию информационных технологий и систем, используемых в менеджменте.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Информация. Информационные технологии и процессы. Классификация информационных технологий. Интегрированные ИТ общего назначения. Виды информационных технологий. ИТ в управлении. Работа с электронными таблицами Excel. Обратные вычисления в экономике. Понятие

прогнозирования. Однофакторная линейная регрессия. Теория баз данных. Гипертекстовая технология. Сетевые технологии.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Физическая культура и спорт»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть блока дисциплин физического воспитания подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования.

Является основой для изучения дисциплины «Элективной дисциплины Физическая культура и спорт».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Физическая культура и спорт» является формирование у студентов осмысленного и ответственного отношения к ресурсам своего здоровья посредством трансляции современных научных знаний о здоровье и здоровом образе жизни, традиционных и инновационных технологий и моделей оздоровления личности; формирование физической культуры студента, как системного и интегративного качества личности, как условия и предпосылки эффективной учебно-профессиональной деятельности, как обобщенного показателя профессиональной культуры будущего специалиста.

Задачами изучения дисциплины «Физическая культура и спорт» является:

сформировать понимание сущности культуры здоровья и здорового образа жизни;

воспитывать потребность в здоровье как наивысшей ценности;

научить психофизиологическим и социально-биологическим основам физической и интеллектуальной деятельности;

сформировать системный упорядоченный комплекс знаний, охватывающих философскую, социальную, естественнонаучную и психолого-педагогическую тематику, тесно связанную с теоретическими, методическими, моторными и организационными основами физической культуры;

включить студентов в реальную физкультурно-спортивную практику по освоению ценностей физической культуры, её активному творческому использованию во всестороннем развитии личности;

содействовать разностороннему развитию организма, сохранению и укреплению здоровья студентов, повышению ими уровня общей физической подготовленности, развитию профессионально важных физических качеств и психомоторных способностей будущих специалистов;

сформировать умения самостоятельно разрабатывать программы индивидуального оздоровления, направленные на профилактику, коррекцию слабых звеньев собственного здоровья, поддержание и развитие имеющихся ресурсов.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Современная концепция здоровья и здорового образа жизни. Факторы, определяющие здоровье. Здоровый образ жизни – главный фактор здоровья. Мотивация к здоровью и ЗОЖ. Психологические аспекты, способствующие формированию ЗОЖ у студенческой молодежи. Двигательная активность – ведущий фактор биопрогресса и здоровья. Методы и принципы спортивной тренировки. Организация рационального питания. Пища и ее основные компоненты. Нутриенты и их характеристика. Рациональное питание и правила его организации. Рекомендации по рациональному питанию. Пагубность вредных привычек студенческой молодежи. Проблемы современного человека и болезни цивилизации.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Предпринимательство»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть блока дисциплин физического воспитания подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая теория и макроэкономика», «Микроэкономика», «Правоведение», «Менеджмент».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Предпринимательство» является формирование у студентов знаний о предпринимательстве в Луганской Народной Республике, освоение комплекса профессиональных знаний в

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

Задачами изучения дисциплины «Предпринимательство» является:
изучить нормативные акты Луганской Народной Республики, регламентирующие предпринимательскую деятельность;

изучение этапы создания организационно-правовых форм предприятий и фирм;

изучить механизм функционирования предприятий и фирм;

формировать практические умения и навыки по разработке бизнес-плана предприятия;

ознакомить студентов с основами построения взаимоотношений предпринимателя с хозяйствующими партнерами.

Дисциплина нацелена на формирование
общефессиональных (ОПК-4) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (17 ч.) занятия и 93 ч. самостоятельная работа студента (в том числе курсовая работа 36 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть блока дисциплин физического воспитания подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Высшая математика», «Статистика», «Экономическая теория и макроэкономика», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент», «Маркетинг».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является приобретение теоретических и практических знаний в

области технологий разработки, принятия, реализации и мотивации качественного управленческого решения.

Задачами изучения дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является:

сформировать представление о процессе принятия управленческих решений;

сформировать представление об основных проблемах, возникающих в процессе принятия управленческих решений;

рассмотреть особенности принятия управленческих решений с помощью различных методов.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-3) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Теория организации и организационное поведение»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть блока дисциплин физического воспитания подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин «Экономическая теория и макроэкономика», «Микроэкономика», «История экономических учений», «История управленческой мысли».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» является привитие студентам нового понимания социальной

организации, ее особенностей, структуры, функций, принципов и механизмов функционирования и развития, а также вооружение их арсеналом современных средств социального проектирования и методов совершенствования организаций различной природы, а также формирование представления о психологическом управленческом профессионализме, создании социальной ориентированности всей системы управления в организации.

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

изучить основополагающих принципов теории организации;

рассмотреть особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития современных организаций;

рассмотреть вопросы, связанные с основами управления современными организациями;

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

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

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

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-1) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (169 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Деловые коммуникации»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин «Русский язык и культура речи», «Философия», «Экономическая теория и макроэкономика», «Введение в специальность».

Является основой для изучения дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Деловые коммуникации» является формирование теоретических знаний и практических навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности.

Задачами изучения дисциплины «Деловые коммуникации» является:

дать студентам знания основ делового общения в организации;

закрепить навыки эффективного устного делового общения;

закрепить навыки эффективного письменного делового общения.

сформировать знания, умения, навыки и компетенции в области механизмов использования теории деловых коммуникаций в практической работе;

дать знания в области проведения деловых переговоров для реализации профессиональных навыков.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Понятие и виды деловых коммуникаций. Разновидности национального языка и функциональные стили речи. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления. Деструктивное общение и методы управления конфликтами. Деловые коммуникативные стили. Специфика деловой коммуникации в бизнесе. Устные и письменные стратегии деловой коммуникации. Деловые приемы и светские рауты. Психологические особенности личности и деловые качества.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Логистика»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки, а также дисциплины «Логистический менеджмент» программы подготовки магистра.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Логистика» является:

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

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность, цели и задачи логистики. Концептуальные основы логистики. Объекты логистического управления. Логистическая система. Закупочная логистика. Производственная логистика. Распределительная логистика. Логистический сервис. Транспортная логистика. Складская логистика. Управление запасами в логистике. Информационная логистика.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Деловой иностранный язык»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков.

Основывается на базе дисциплины «Иностранный язык».

Является основой для изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» программы подготовки магистра.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Деловой иностранный язык» является:

сформировать социокультурные компетенции и поведенческие стереотипы, необходимые для успешной адаптации выпускников на рынке труда;

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

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

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (28 ч.) и самостоятельная работа студента (44 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинговые исследования»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» является:

обеспечить теоретическую подготовку по планированию и проведению маркетинговых исследований;

изучить информационную систему маркетинговых исследований;

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

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

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Саморазвитие личности в профессиональной деятельности»

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины являются:

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

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (УК-6) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы: Сущность и цели профессионально-личностного саморазвития. Самосознание как основа личностного роста .

Развитие когнитивной сферы. Эмоционально-волевые аспекты саморазвития.

Мотивация как основа деятельности и управления. Индивидуально-типологические свойства личности. Нравственное саморазвитие личности.

Коммуникативные навыки и их развитие.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (90 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинг взаимодействий и управление лояльностью потребителей»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

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

овладеть знаниями и навыками формирования долгосрочных взаимоотношений с потребителями на различных рынках. Особое внимание уделено формированию практических навыков разработки мероприятий, направленных на повышение лояльности потребителей;

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (78 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Товароведение, экспертиза, стандартизация»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

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

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 ч.), лабораторные (136 ч.) занятия и 192 ч. самостоятельная работа студента (в том числе курсовая работа 36 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг услуг»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинг услуг» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков по формированию и применению инструментов комплекса маркетинга в

деятельности предприятий сферы услуг в современных условиях хозяйствования.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг услуг» является:

сформировать представление о сущности современной концепции «маркетинга услуг»;

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

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

развить навыки организации сервисного процесса и контроля за его эффективностью;

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (62 ч.), практические (48 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (70 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

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

получить знания об особенностях маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности и сформировать умения и навыки их использования в профессиональной деятельности;

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга. Особенности рынка товаров промышленного назначения. Сегментирование рынка промышленных покупателей. Ресурсное обеспечение деятельности промышленного предприятия. Маркетинговые исследования промышленного

рынка. Комплекс маркетинга товаров промышленного назначения. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Особенности и функции агромаркетинга. Комплекс инструментов агромаркетинга. Особенности строительной продукции как товара. Комплекс маркетинга строительной продукции. Возможности использования сети Интернет для маркетинговых целей. Сущность и виды Интернет-маркетинга. Сайт как элемент Интернет-маркетинга. Маркетинговые исследования в Интернет-среде. Поведение потребителя в сети Интернет. Комплекс инструментов Интернет-маркетинга для воздействия на целевой рынок предприятия. Инструменты продвижения товаров и услуг в сети Интернет. Сущность розничной торговли и тенденции ее развития в республике. Выбор месторасположения магазина. Процесс создания и развития розничного предприятия. Информационные системы управления розничным торговым предприятием. Процесс принятия потребительских решений в розничном торговом предприятии. Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия. Маркетинговые исследования в розничной торговле. Обслуживание покупателей в розничной торговле. Маркетинговые коммуникации в розничной торговле. Мерчандайзинг как инструмент повышения объема продаж торгового предприятия. Категорийный менеджмент как система управления торговым ассортиментом. Современные маркетинговые технологии, применяемые в розничной торговле.

Виды контроля по дисциплине: зачет, экзамен.

В дисциплине предусмотрена курсовая работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (42 ч.), практические (70 ч.) занятия и 68 ч. самостоятельная работа студента (в том числе курсовая работа 36 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Теория отраслевых рынков»

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: Дисциплина базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика».

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

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины – развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения фирмы в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства.

Задачи:

- дать представление о концепциях рыночных структур, функциях основных звеньев рыночной экономики;
- изучить закономерности, как рыночного поведения фирмы, так и ее внутренней организации, принципов принятия ею оптимальных экономических решений, основ взаимодействия субъектов экономики;
- дать представление о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;
- развивать практические навыки микроэкономического анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционированию отраслей экономики для оценки их эффективности.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (УК-1) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (24 ч.), практические (24 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (60 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Инфраструктура товарного рынка»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачами изучения дисциплины «Инфраструктура товарного рынка» является:

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет, дифференцированный зачет.

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

(51 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (59 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Введение в специальность»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин и базовых знаниях, полученных студентами в процессе освоения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, математического и базовой части профессионального цикла. Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Введение в специальность» является:
раскрыть значение и место маркетинга в системе управления организацией и рынком;

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

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

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

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Исторические этапы становления и развития маркетинговой деятельности. Сущность и предмет маркетинга. Экономические основы маркетинговой теории и практики. Информационный инструментарий

маркетинга. Поведение потребителей. Основные экономические законы и их влияние на маркетинг. Социокультурные аспекты маркетинга. Законодательные, литературные, периодические источники и информационные ресурсы по маркетингу. Квалификационные характеристики ведущих профессий в сфере маркетинга.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (112 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Международный маркетинг»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Международный маркетинг» является:

изучить особенности маркетинга при осуществлении международной деятельности;

ознакомить с методами исследований и оценки привлекательности внешних рынков;

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

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

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

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

ознакомить с опытом маркетинговой деятельности ведущих мировых компаний;

ознакомить с системами международных маркетинговых коммуникаций;

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (28 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (88 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Поведение потребителей»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Поведение потребителей» является:

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

изучить базовые понятия курса,

ознакомить с механизмом формирования поведения потребителей с целью его дальнейшего использования в решении маркетинговых проблем;
изучить состав и направления воздействия внешних факторов, влияющих на принятие потребителем решения о покупке;
изучить состав и направления воздействия внутренних факторов, влияющих на принятие потребителем решения о покупке;
изучить современные методы и инструменты воздействия на поведение потребителей;
изучить условия регулирования и оптимизации поведения потребителей.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (28 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (52 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Классики научного и практического маркетинга»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

Является основой для изучения дисциплины «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Классики научного и практического маркетинга» является формирование представлений об условиях и факторах, повлиявших на формирование маркетинга на различных этапах развития экономики и общества; изучение теоретико-методологических предпосылок, лежащих в основании различных школ маркетинга, выявление взаимосвязи

между практическими задачами управления маркетинговой деятельностью предприятий на различных этапах их развития и теоретическими подходами к изучению принципов и механизмов их функционирования и изменения.

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

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

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

изучить мировой опыт национальных школ маркетинга;

сформировать у студентов исторический подход к анализу проблем маркетинга;

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (131 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Экономический механизм маркетинга»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Экономический механизм маркетинга» является:

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

овладеть методическими подходами комплексного исследования рынка;

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (30 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинговая товарно-инновационная политика»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

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

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

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

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

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

сформировать понимание сущности и специфики маркетинга инноваций;

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Сущность, содержание и задачи товарной политики предприятия. Товар как элемент комплекса маркетинга. Качество как основная характеристика товара в маркетинге. Конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара. Ассортиментная политика предприятия. Упаковка товара в маркетинге. Товарная марка. Брендинг. Факторы рыночного успеха товара. Маркетинговые товарные стратегии. Инновационная деятельность как объект маркетинга. Сущность инноваций и рынок инновационных продуктов. Маркетинг инноваций: сущность и функции. Управление

разработкой новых продуктов. Маркетинговые исследования в инновационном процессе. Сегментирование и позиционирование на рынке инновационного продукта. Инновационные стратегические маркетинговые решения на различных стадиях жизненного цикла товара. Маркетинговая поддержка инновационного продукта. Продвижение инновационного продукта на рынке. Маркетинг знаний и технологий.

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (70 ч.), практические (42 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (104 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговая ценовая политика»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг услуг», «Маркетинговые исследования». Является основой для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая ценовая политика» формирование умений и навыков по управлению ценовой политикой в процессе реализации маркетинговой деятельности предприятия на основе финансового анализа структуры издержек и совокупной маржинальной прибыли.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая ценовая политика» является:

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

сформировать знания по узловым проблемам рыночного ценообразования таким, как альтернативные методы определения цен при различных видах ценовой стратегии;

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

овладеть основными методами ценообразования и процедурами формирования ценовой политики предприятий различных сфер бизнеса;

выявить принципы формирования ценовой политики предприятия.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (28 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (52 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Маркетинговая политика распределения»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая политика распределения» является овладение комплексом знаний о современных подходах к конструированию и функционированию каналов распределения, а также формирование умения анализировать факторы среды каналов распределения, оказывающих влияние на принятие управленческих решений, и формирование каналов распределения конкретного предприятия.

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая политика распределения» является:

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

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

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинговая коммуникационная политика»

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая коммуникационная политика» является формированием теоретических и практических знаний в области комплекса маркетинговых коммуникаций, в раскрытии его роли в процессе управления деятельностью организации

Задачами изучения дисциплины «Маркетинговая коммуникационная политика» является:

изучить теоретические вопросы маркетинговых коммуникаций и содержание их основных элементов;

изучить современную коммуникационную политику и интегрированные маркетинговые коммуникации;

сформировать умения разрабатывать коммуникационные стратегии предприятия;

сформировать умения по применению маркетинговых коммуникаций;
изучить влияние маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товаров;

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), /практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

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

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

Цели и задачи дисциплины.

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

проектов, овладеет правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона.

Задачами изучения дисциплины «Медиамаркетинг» является:

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

закрепить развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования;

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

способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

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

сформировать умение ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ;

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

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

изучить основные этапы разработки и выполнения проектов в фандрайзинге.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (ПК-6) компетенции выпускника.

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

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Связи с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, дисциплин

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

Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга.

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

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Связи с общественностью» является формирование у студентов профессиональных знаний о сущности и природе связей с общественностью, их роль в общественно-политическом процессе, выработать навыки самостоятельного планирования PR-кампаний.

Задачами изучения дисциплины «Связи с общественностью» является:

изучить основы построения и функционирования системы управления общественными отношениями;

изучить сферу влияния и комплексного эффекта управления общественными отношениями как элемента комплекса маркетинговых коммуникаций;

проанализировать связи с общественностью как сферы бизнеса и направления государственного регулирования общественных отношений;

осознать место и роль публич рилейшнз в практике деятельности предприятий;

ознакомить студентов с важнейшими теоретическими разработками, экспериментальными и прикладными исследованиями отечественных и зарубежных специалистов по публич рилейшнз;

ознакомить студентов с методами использования PR-инструментов в деятельности отечественных предприятий;

обеспечить усвоение студентами основных теоретических вопросов публич рилейшнз.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (28 ч.), практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (30 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Менеджмент персонала»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин «История управленческой мысли», «Теория организации и организационное поведение», «Менеджмент», «Деловые коммуникации».

Является основой для изучения последующих дисциплин профессионального цикла подготовки.

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Менеджмент персонала» является:
рассмотреть понятийный аппарат в области менеджмента персонала;
ознакомить студентов с тем, как достигается высокая эффективность функционирования организации при учете влияния факторов внешней среды на ее развитие;

ознакомить студентов с основными проблемами, встречающимися на пути управления кадрами в современных организациях;

сформулировать пути решения этих проблем с учетом ограниченности находящихся у управленцев ресурсов.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных (УК-3, УК-6) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

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

(34 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (57 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Социология»

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

Дисциплина реализуется кафедрой социологии.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Психология», «Политология», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Социология» является получение системных научных знаний в отношении главных форм и структурных составляющих жизни общества как многоуровневой системы, сочетающей механизмы управления и саморегуляции, усвоение и понимание специфики роли отдельных действующих начал, социальных институтов, коллективов и групп в контексте общественной и цивилизационной целостности, иметь развёрнутые представления о характере взаимоотношений между личностью и социальной общностью, между различными социальными группами, между группами малого и большого масштаба, знать основные формы субъектной социальной идентификации и самоидентификации, иметь развёрнутое представление об основных этапах становления социологической мысли.

Задачами изучения дисциплины «Социология» является:

освоить и уметь применять основной социологический понятийный аппарат;

усвоить ведущие тенденции дифференциации и развития социальных институтов;

уметь использовать на практике инструментарий социологического анализа;

усвоить содержание основных теоретических концепций классического социологического наследия;

уметь адекватно оценивать социальную и цивилизационную проблематику нынешнего времени;

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

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-3, УК-5) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Определение социологии как науки. Основные понятия и элементы социологического знания. Функции социологии и методы социологического исследования. История социологии (донаучный период). Её основные направления и представители. История социологии. Ранний (классический) период (XIX век). Человек как предмет социологии. Факторы его социальной детерминации и уровни его социального «Я». Социальное действие и социальное поведение. Социальное взаимодействие и социальная структура.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Социальные коммуникации в профессиональной деятельности»

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

Дисциплина реализуется кафедрой социологии.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Психология», «Политология», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Цели и задачи дисциплины.

формирование научных знаний о специфике социальных коммуникаций в профессиональной деятельности с учетом общественных реалий, включая культурные особенности и с опорой на этику межличностного поведения.

Задачи дисциплины:

ознакомить с основным социологическим понятийным аппаратом для анализа межкультурного разнообразия общества, особенностей социальных коммуникаций и межличностного взаимодействия в командной работе;

сформировать представления о ведущих тенденциях дифференциации и развития социальных институтов, в том числе в конкретных социально-культурных условиях; об особенностях социальных ролей и статусов, важности их учета при определении характера социальных коммуникаций в рамках осуществления профессиональной деятельности;

изучить научные подходы к освоению системы общественных ценностей и этических норм, формирующих активную гражданскую позицию и социально ответственное поведение, для конструктивной работы в команде;

раскрыть социологические методы исследования, направленные на изучение внутригруппового и межгруппового социального взаимодействия в профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных компетенций (УК-3, УК-5) компетенций выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Социальные коммуникации в системе научного знания. Социальные институты и социальные организации: специфика социальной коммуникации. Социальные коммуникации и особенности социокультурной среды. Этика социальных коммуникаций. Вербальная и невербальная социальные коммуникации в профессиональной деятельности. Командное взаимодействие: социальные аспекты. Социальные коммуникации в условиях развития передовых информационно-коммуникативных технологий. Прикладные аспекты изучения социальных коммуникаций

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

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

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

Дисциплина реализуется кафедрой государственной политики.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Мировая экономика», «Региональная экономика и управление», «Основы предпринимательства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Политология» является получение системных научных знаний в отношении основных проблем политической теории, связанных с определением её объекта и предмета, внутренней логики и методов анализа политических явлений, самых общих и базовых понятий (например, «власть», «политика», «государство», «политическая культура» и т. д.); привлечение внимания к институционально-правовым аспектам политики и в первую очередь к институтам государственной власти, управления, к принципам формирования и деятельности политических партий, общественных движений; иметь развёрнутое представление об

основные этапы становления политической мысли; иметь развёрнутые представления о сложном и разнообразном мире анализа реальных политических явлений и процессов, что будут являться необходимым ориентиром для анализа возникающих в современном обществе политических противоречий и конфликтов, послужат импульсом к собственным размышлениям и выводам.

Задачами изучения дисциплины «Политология» является:

сформировать у студентов стойкие знания о политических процессах в обществе;

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

освоить и уметь применять основной понятийный аппарат;

усвоить содержание основных теоретических концепций классического политологического наследия;

уметь адекватно оценивать социальную и цивилизационную проблематику нынешнего времени;

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

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Эволюция научных подходов к определению категории «политика». Теория власти и властных отношений. Теория политических систем. Политические режимы. Современные теории демократии. Теория политических элит. Теория политического лидерства. Общая теория избирательных систем. Теория политических партий. Политический процесс. Теории политической модернизации. Теория политической коммуникации. Теория политического конфликта. Национальный фактор политики. Теория политической культуры. Политическое сознание. Политическая социализация личности. Политическая идеология. Политика и религия.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Организационно-правовые основы профессиональной деятельности»

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

Дисциплина реализуется кафедрой хозяйственно-правовых дисциплин и процесса.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Экономика предприятия», «Учет и аудит», «Менеджмент», «Основы предпринимательства», «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Организационно-правовые основы профессиональной деятельности» является ознакомление студентов с целостным комплексом знаний о сущности государства и права, их функциях, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства; освещение основных понятий и принципов отдельных отраслей права: конституционного, административного, трудового, гражданского, предпринимательского, финансового, экологического, семейного, уголовного; привитие студентам навыков пользования нормативными правовыми актами.

Задачами изучения дисциплины «Организационно-правовые основы профессиональной деятельности» является:

формировать комплекс знаний о государстве и праве, их функциях, системе органов управления государством, системе отраслей права и системе законодательства;

выработать умения применять нормативные правовые акты на практике в профессиональной деятельности, а также для решения жизненных ситуаций;

повысить уровень правовой культуры студента и уровень развития в нем законопослушной личности;

дать знания об основных принципах, нормах и институтах основных отраслей права, возможностях правовой системы государства, необходимых для эффективного использования и защиты прав и исполнения обязанностей, правомерной реализации гражданской позиции;

привить умения применять полученные знания для объяснения явлений окружающего мира, восприятия информации общекультурного содержания, получаемой из СМИ, ресурсов Интернета, специальной и научно-популярной литературы;

воспитывать гражданскую ответственность и чувства собственного достоинства, дисциплинированности, уважения к правам и свободам другого человека, демократическим правовым институтам, правопорядку;

применять знания по праву в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения жизнедеятельности в государстве.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Происхождение и сущность государства. Право – особый вид социальных норм. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы предпринимательского права. Основы трудового права. Основы семейного права. Основы уголовного права.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Психология»

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

Дисциплина реализуется кафедрой психологии и конфликтологии.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Деловые коммуникации», «Маркетинг».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Психология» является усвоение студентами системы знаний об общих закономерностях и механизмах психики как специфической части научного познания, о сущности и содержании современной психологии, биологических, средовых и социальных факторах, влияющих на развитие психики и сознания личности; развитие профессионального мышления студентов.

Задачами изучения дисциплины «Психология» является:

сформировать основные, базовые представления о психике;

сформировать понятийно-категориальный аппарата общей психологии;

изучить методологические основания научного понимания предмета общей психологии;

ознакомить с основными методами исследования психики;

изучить закономерности и механизмы протекания психических явлений.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-6), общепрофессиональных (ОПК-4) и профессиональных компетенций (ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Общие характеристики психологической науки. Сущность психического. Познавательные процессы. Характеристика эмоционально-волевых процессов. Психология деятельности. Психические состояния. Индивидуально-типологические свойства человека. Общие представления о личности. Общение как социально-психологический аспект в жизни человека.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (57 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Психология личности и группы»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

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

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

Цели и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины «Психология личности и группы» – сформировать систему научных представлений о личности, о ключевом содержании теоретических концепций личности; ознакомить с основными направлениями анализа индивидуальных особенностей человека (способностей, темперамента, характера), внутренней (эмоциональной и волевой) регуляции его деятельности; сформировать представления об условиях гармонизации психологического функционирования личности; показать значение психологии личности и группы для исследовательской и практической деятельности специалистов.

Задача изучения дисциплины является ознакомление студентов с психологией личности и группы как научной дисциплиной; рассмотрение особенностей различных этапов развития личности; формирование у студентов психологически сознательного отношения к решению личных и профессиональных проблем.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

Личность как психологическое явление. Подходы к изучению личности в зарубежной и отечественной психологии. Мотивационно-потребностная сфера личности. Интеллектуальная сфера личности. Индивидуально-

типологические особенности личности. Эмоционально-волевая сфера личности. Психология личности и группы. Социально-психологические основы общения. Психология личности людей с ограниченными возможностями и принципы работы с ними.

Виды контроля по дисциплине: зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания. Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура и спорт». Является основой для изучения следующих дисциплин: –

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

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

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

контроль и анализ динамики физической подготовленности;

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

выполнение базовых оздоровительных комплексов;

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

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенции УК-7 выпускника.

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 0 зачетных единиц, 328 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (204 ч) и самостоятельная работа студента (124 ч).

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

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

Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания. Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура и спорт». Является основой для изучения следующих дисциплин: –

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачи:

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

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

планирование и дозирование физической нагрузки, а также осуществление самоконтроля физического состояния;

использование технологий базовых оздоровительных комплексов;

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

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенции УК-7 выпускника.

Содержание дисциплины: Дозирование физических нагрузок. Изучение способов сегментарного массажа. Изучение технологий оздоровительного бега. Изучение технологий дыхательной гимнастики и йоги. Изучение техники спортивной ходьбы. Изучение простых танцевальных движений. Изучение техники лечебного массажа. Изучение техники настольного тенниса. Изучение технологий использования тонометра. Изучение техники игры в бадминтон. Изучение техники точечного массажа. Изучение техники аутотренинга.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 0 зачетных единиц, 328 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (204 ч) и самостоятельная работа студента (124 ч).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Русский язык и культура речи»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в факультативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется кафедрой русского языка и культуры речи.

Основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Деловые коммуникации», «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» является повышение уровня практического владения современным русским языком специалистов нефилологического профиля (в разных сферах функционирования русского языка, в письменной и устной его разновидностях).

Задачами изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» является:

познакомить с системой норм русского литературного языка на фонетическом, лексическом, словообразовательном, грамматическом уровне;

дать теоретические знания в области нормативного и целенаправленного употребления языковых средств в деловом и научном общении;

привить новые навыки и знания, а также совершенствовать имеющиеся в результате углубленного понимания основных характерных свойств русского языка как средства общения и передачи информации;

сформировать практические навыки и умения в области составления и продуцирования различных типов текстов, предотвращения и корректировки возможных языковых и речевых ошибок, адаптации текстов для устного или письменного изложения;

сформировать умения, развить навыки общения в различных ситуациях общения;

сформировать у студентов сознательное отношение к своей и чужой устной и письменной речи на основе изучения её коммуникативных качеств.

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

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (51 ч.) и самостоятельная работа студента (57 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Основы научных исследований в маркетинге»»**

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

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

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

Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Основы научных исследований в маркетинге» является формирование у обучающихся способности творчески мыслить; развитие потребности и готовности самостоятельно выполнять

научно-исследовательские работы; формирование и развитие исследовательской компетентности.

Задачами данного курса является получение студентами: знаний о сущности, основных этапах развития, структуре, классификации науки;

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

знаний о методах научных исследований и особенности их использования при решении проблем социально-экономического развития;

умений формулировать актуальные научные проблемы в области маркетинга,

умений формулировать цели научного исследования; разрабатывать программу научного исследования;

навыков проведения научных исследований в маркетинге;

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

Дисциплина нацелена на формирование универсальной (УК-1) компетенции выпускника.

Содержание дисциплины включает в себя следующие основные разделы и темы:

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

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.).

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

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

Дисциплина реализуется кафедрой «Маркетинг».

Основывается на базе дисциплин: «Маркетинг, современные концепции и технологии», «Интернет-маркетинг», «Цифровой маркетинг»,

«Рекламный менеджмент», «Маркетинговая коммуникационная политика», «Бренд-менеджмент».

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

Цели и задачи дисциплины.

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

Задачами изучения дисциплины «Медиамаркетинг» является:

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

закрепить развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования;

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

способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

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

сформировать умение ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ;

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

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

изучить основные этапы разработки и выполнения проектов в фандрайзинге.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (ПК-6) компетенции выпускника.

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

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

медиапродуктов. Дистрибуция в медиаотрасли. Ценообразование в цифровых СМИ.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).