

**АННОТАЦИИ
РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

**ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

38.03.02 - Менеджмент

Направление подготовки

«Маркетинг»

бакалаврская программа

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») имеются утвержденные в соответствующем порядке рабочие программы учебных дисциплин:

Шифр	Дисциплина
<i>Блок 1.</i>	<i>Дисциплины (модули). Обязательная часть</i>
Б1.О.01	Иностранный язык
Б1.О.02	История
Б1.О.03	Философия
Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности
Б1.О.05	Проектная деятельность
Б1.О.06	Технологическое предпринимательство
Б1.О.07	Менеджмент
Б1.О.08	Правоведение
Б1.О.09	Антикоррупционное законодательство
Б1.О.10	Информационные технологии
Б1.О.11	Финансовая грамотность
Б1.О.12	Статистика
Б1.О.13	Культура речи и деловое общение
Б1.О.14	Психология профессионально-личностного развития
Б1.О.15	Высшая математика
Б1.О.16	Методы оптимальных решений
Б1.О.17	Анализ данных
Б1.О.18	Экономическая диагностика и оценка деятельности организации
Б1.О.19	Экология
Б1.О.20	Прогнозирование в управлении
Б1.О.21	Налоги и налогообложение
Б1.О.22	Экономическая теория
Б1.О.23	Бухгалтерский управленческий учет
Б1.О.24	Основы маркетинга
Б1.О.25	Оценка рисков
Б1.О.26	Экономический анализ хозяйственной деятельности
Б1.О.27	Теория организации
Б1.О.28	Теория управления
Б1.О.29	Экономика организации
Б1.О.30	Разработка управленческих решений
Б1.О.31	Этика профессиональной деятельности
Б1.О.32	Бизнес-планирование
Б1.О.33	Аудит маркетинговых проектов
Б1.О.34	Управление командой
Б1.О.35	Самоменеджмент
Б1.О.36	Организационное поведение
Б1.О.37	Технологии продаж
Б1.О.38	Введение в специальность
Б1.О.39	Физическая культура и спорт
Б1.О.40	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
	<i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i>
Б1.В.01	Цифровые сервисы в маркетинге
Б1.В.02	Стратегический маркетинг
Б1.В.03	Рекламное дело
Б1.В.04	Логистика сбыта и распределения

Б1.В.05	Интернет-маркетинг
Б1.В.06	Маркетинг в социальных сетях
Б1.В.07	Маркетинг в отраслях
Б1.В.08	Экономика маркетинга
Б1.В.09	Информационные технологии в маркетинге
Б1.В.10	Маркетинговая политика
Б1.В.11	Конкурентный анализ
Б1.В.12	Международный маркетинг
Б1.В.13	Маркетинг событий и выставочная деятельность
Б1.В.14	Брендинг
Б1.В.15	Маркетинговые исследования
Б1.В.16	Поведение потребителей
Б1.В.17	Инновационный маркетинг
Б1.В.18	Рынки потребительских товаров
Б1.В.19	Ценообразование в маркетинге
Б1.В.20	Управление конкурентоспособностью организации
Б1.В.21	Маркетинговые коммуникации
Б1.В.22	Методы стимулирования продаж
Б1.В.23	Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Б1.В.24	Маркетинг в АПК
<i>Б1.В.ДВ.01</i>	<i>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01</i>
Б1.В.ДВ.01.01	Теория конкуренции
Б1.В.ДВ.01.02	Конкуренция и конкурентоспособность
<i>Б1.В.ДВ.02</i>	<i>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02</i>
Б1.В.ДВ.02.01	Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.02.02	Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов
<i>Б1.В.ДВ.03</i>	<i>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03</i>
Б1.В.ДВ.03.01	Товарная политика
Б1.В.ДВ.03.02	Ассортиментная политика
	<i>ФТД. Факультативные дисциплины</i>
ФТД.01	Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений
ФТД.02	Управление брендом
ФТД.03	Управление качеством

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 7 з.е.252 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> практические занятия – 108 ч., самостоятельная работа – 108 ч., контроль 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> практические занятия – 80 ч., самостоятельная работа – 136 ч., контроль 36 ч.
Цель изучения дисциплины	Повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, а также для дальнейшего самообразования.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.01 «Иностранный язык» входит в базовую часть образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	Универсальные компетенции (УК) УК - 4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - требований к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры; (УК-4.2) -основных способов работы над языковым и речевым материалом; (УК-4.2) -основных ресурсов, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети интернет, текстовых редакторов и т.д.) (УК-4.2) Умения: -воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов; (УК-4.2) -детально понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; (УК-4.2)

	<p>-выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера; (УК-4.2)</p> <p>-начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос об увиденном, прочитанном, диалог-обмен мнениями и диалог-интервью/собеседование при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета; (УК-4.2)</p> <p>-расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ). (УК-4.2)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами; (УК-4.2)</p> <p>-стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культуры различных стран. (УК-4.2)</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Раздел 1. International Trade</p> <p>Раздел 3. Entrepreneurs</p> <p>Раздел 2. Marketing</p> <p>Раздел 4. Different Cultures</p> <p>Раздел 5. Advertising</p> <p>Раздел 6. The Internet</p> <p>Раздел 7. Economy and Economics</p> <p>Раздел 8. Business Organization</p> <p>Раздел 9. Markets</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1_ – зачет, семестр 2- экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1_ – зачет, семестр 2- экзамен</p>
Автор:	<p>Старший преподаватель кафедры иностранных языков, А.В. Волкогонова</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«История»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Приобретение студентами комплексных знаний о развитии всемирно-исторического процесса, Отечественной истории и понимание специфических особенностей ее исторического развития, формирование социально-активной личности, обладающей гражданской ответственностью, воспитание нравственных качеств – гуманизма и патриотизма.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б.1.Б.02 «История» входит в базовую часть образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК)</p> <p>УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p><i>УК-1.2-</i> Проводит оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных, в том числе с применением философского понятийного аппарата;</p> <p>УК-5- Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p><i>УК-5.1 -</i> Способен использовать психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия в организации, особенности дидактического взаимодействия;</p> <p><i>УК-5.3 -</i> Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <p>- основные характеристики информации и требования, предъявляемые к ней (УК-1.2);</p>

	<p>- особенности межкультурного взаимодействия (УК-5.1); - принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий (УК-5.3)</p> <p>Умения:</p> <p>- критически работать с информацией (УК-1.2); - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия (УК-5.1); - реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи (УК-5.3)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>- способностью определять, интерпретировать и ранжировать информацию (УК-1.2); - способностью вести эффективную межкультурную коммуникацию (УК-5.1); - способностью придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий (УК-5.3)</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Проблемы и задачи изучения отечественной истории. Восточные славяне в VI–IX веках. Древнерусское раннефеодальное государство (IX–XII вв.).</p> <p>Тема 2. Единое Российское государство в XV–XVI вв.</p> <p>Тема 3. Россия в XVII–XVIII вв. Смута, Первые Романовы, Реформа Петра I, Царствование Екатерины II.</p> <p>Тема 4. Российская империя в XIX столетии.</p> <p>Тема 5. Характер и направления развития СССР с 1917 по 1941 гг.</p> <p>Тема 6. Советский Союз в Великой Отечественной войне (1941–1945гг.) и послевоенное время.</p> <p>Тема 7. СССР в период «развитого социализма» 60–80-е годы.</p> <p>Тема 8. Перед распадом Советского Союза (1985–1991гг.). Предпосылки и последствия распада СССР.</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1 – зачёт <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 – зачёт</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>профессор кафедры философии и истории, к.и.н Е. В. Туфанов</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Философия»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические занятия – 14 ч., самостоятельная работа – 44 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Философия» является формирование у студентов понимания роли и значения науки и техники в качестве основополагающих факторов устойчивого развития общества и их влияния на изменения в социокультурном пространстве.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.03 «Философия» входит в базовую часть образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.2- Проводит оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных, в том числе с применением философского понятийного аппарата; УК-5– Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.2 - Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний УК-5.3 - Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: – основные философские понятия и категории закономерности развития природы, изучения общества и мышления; (УК-1.2) - о предпосылках возникновения философии, непосредственных условиях ее появления в античности, необходимости выделения из протознания частных наук, а также необходимости взаимосвязи частных наук и философского знания; (УК-1.2) - об основных направлениях философского знания и их представителей, взаимосвязи отдельных направлений в зависимости от сложившихся социальных условий; (УК-5.2)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - предмет и объект философии, отличие научной философии от ненаучной, содержание философского подхода и необходимость философского видения мира; (УК-5.3) - о содержании философской познания, ее основные формы, учение об истине, понятие науки; о природе философских проблем, философском понимании и объяснении; (УК-1.2) - о значении философии для общественно-исторической практики, культуры и основных функциях философии; о месте философии среди других наук; (УК-1.2) - философское определение материи ее связи категорией бытия, взаимосвязи материи движения, основные формы движения материи; (УК-5.2) - философское содержание проблемы возникновения, природы и сущности сознания; (УК-5.3) - предмет философии в анализе общественной жизни, наиболее общие основы общественной жизни, источник и движущие силы развития общественной жизни; предмет философии анализе человеческого существования проблематику человеческого бытия, понятие культуры; (УК-1.2) - содержание исторического прогресса и философскую интерпретацию глобальных проблем человечества. (УК-5.2). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – находить предмет философского анализа в анализе любых явлений выстраивать логику философского подхода в анализе явлений; (УК-1.2) - давать философское определение явлениям и соотносить их с определениями других наук; (УК-1.2) - отличать научный и ненаучный подход в решении философских проблем; (УК-5.2) - обобщать многообразие свойств вещи, обнаруживая всеобщее свойство; (УК-1.2) - соотносить в определении вещи всеобщие, общие и единичные свойства; (УК-1.2) - раздваивать единое на противоположные стороны и представлять существование вещи как результат взаимосвязи противоположных сторон; (УК-5.2) - различать в описании вещи абстрактное и конкретное содержание; (УК-5.3). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логикой понимания любого явления; (УК-1.2) - терминологией для анализа общественных явления на основе общего и всеобщего (УК-1.2); - способами и методами соотнесения объективного и субъективного в анализе суждений. (УК-5.3)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Философия, ее проблемы, функции, место в культуре. Тема 2. Философия античности. Тема 3. Философия Средневековья и эпохи Возрождения. Тема 4. Философия Нового времени и Просвещения. Тема 5. Немецкая классическая философия Тема 6. Русская философия Тема 7. Философия Новейшего времени и современности. Тема 8. Бытие мира и человека. Эволюция и развитие.</p>

	Тема 9. Философские проблемы познания и сознания. Тема 10. Философия истории. Цивилизация. Глобальные проблемы человечества.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет
Автор:	доктор философских наук, профессор кафедры философии и истории С.П. Золотарев

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Безопасность жизнедеятельности»**
по подготовке магистра по программе бакалавриата
по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
Код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч. самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч.
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины безопасность жизнедеятельности являются формирование профессиональной культуры безопасности; подготовка специалиста к грамотным и целесообразным действиям в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации их последствий; получение знаний о нормативно-допустимых воздействиях негативных факторов на человека и среду обитания.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.04 «Безопасность жизнедеятельности» входит в базовую часть дисциплин и является обязательной к изучению дисциплиной.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции(УК): УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; УК-8.2 выявляет возможные угрозы для жизни и здоровья человека, создает и поддерживает безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; УК – 8.3 разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, в том числе оказывает первую помощь.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - критериев ЧС и возможные угрозы для жизни и здоровья человека (УК-8.2); - методов защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (УК-8.3). Умения:

	<p>- идентифицировать ЧС, создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества (УК-8.2);</p> <p>- действовать в чрезвычайных обстоятельствах, оказывать первую медицинскую помощь, обеспечивать личную безопасность и безопасность граждан в процессе решения служебных задач (УК-8.3).</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>- осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8.2);</p> <p>- выполнять профессиональные задачи в чрезвычайных ситуациях, в условиях режима чрезвычайного положения и в военное время (УК-8.3).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Теоретические и правовые основы безопасности жизнедеятельности</p> <p>Тема 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности.</p> <p>Тема 2. Правовые основы безопасности жизнедеятельности.</p> <p>Раздел 2. Организационные основы обеспечения безопасности труда</p> <p>Тема 1. Вредные и опасные факторы.</p> <p>Тема 2. Производственная санитария.</p> <p>Раздел 3. Основы электро- и пожарной безопасности</p> <p>Тема 1. Электробезопасность.</p> <p>Тема 2. Пожарная безопасность.</p> <p>Раздел 4. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях</p> <p>Тема 1. Природные и техногенные чрезвычайные обстоятельства.</p> <p>Тема 2. Первая помощь пострадавшим.</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 - зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры физики, к.с.-х.н. С.И. Любая</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Проектная деятельность»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	« <u>Менеджмент</u> »
<i>шифр</i>	Наименование направления подготовки
	<u>Маркетинг</u>
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е. 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., экзамен - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., экзамен - 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системного методического подхода к организации проектной работы в профессиональной деятельности, а также приобретение практических навыков разработки проекта, в том числе в проектной команде, с использованием определенных инструментов и технологий.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина входит в базовую часть (Б1.О.05)
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Универсальные компетенции (УК)</p> <p>УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач <i>УК-1.1</i> - Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществляет поиск информации; определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p> <p>УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <i>УК-2.1</i> - Определяет цель проекта и формулирует совокупность задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определяет связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения. <i>УК-2.2</i> - Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения. <i>УК-2.3</i> - Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p> <p>УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде <i>УК-3.1</i> - Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии</p>

	<p>сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды.</p> <p>УК-3.2 - Взаимодействует с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способов анализа проектной ситуации и методов проведения предпроектного исследования (УК – 1.1); - технологии целеполагания и тематизации проекта, методов определения проблемы и генерации проектных идей (УК – 2.1); - инструментов создания прототипа проектного решения с учетом имеющихся ограничений и ресурсов (УК – 2.2); - способов тестирования проектного решения, проведения итераций с целью устранения недостатков по результатам контроля (УК – 2.3); - основных ролей участников проектной команды и их функций (УК – 3.1); - характеристик проектной команды, особенностей организации работы проектной команды (УК – 3.2). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собирать и анализировать информацию, необходимую для разработки проекта (УК – 1.1); - формулировать цель проекта, детализировать структуру разбиения работ по проекту (УК – 2.1); - оценивать ресурсы и ограничения проекта и планировать задачи в соответствии с этим (УК – 2.2); - организовать текущий контроль по разработке проекта (УК – 2.3); - управлять поведением проектной команды, распределять задачи и ответственность (УК – 3.1); - организовать коммуникации внутри команды проекта, в том числе с использованием цифровых технологий (УК – 3.2). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбора, анализа, структурирования информации о проекте на всех этапах его разработки (УК – 1.1); - постановки целей проекта с учетом соответствующих требований и критериев (УК – 2.1); - генерации и анализа проектных идей с целью выбора наилучшего решения (УК – 2.2); - проведения пользовательского тестирования проектного решения, корректировки результатов работы (УК – 2.3); - управления сплоченностью проектной команды (УК – 3.1); - организации командной работы над проектом с использованием различных информационных и коммуникационных технологий (УК – 3.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Общее понятие о проекте. Развитие проектной деятельности в России и за рубежом.</p> <p>Тема 2. Анализ проектной ситуации и постановка проблемы.</p> <p>Тема 3. Разработка идеи проекта. Дизайн-мышление.</p> <p>Тема 4. Стейкхолдеры проекта.</p> <p>Тема 5. Команда проекта. Развитие компетенций лидера проекта.</p>

	<p>Тема 6. Работы над проектным решением.</p> <p>Тема 7. Пользователи проекта.</p> <p>Тема 8. Бизнес-модель проекта.</p> <p>Тема 9. Паспорт и презентация проекта.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – экзамен</p>
Автор:	<p>доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, к.ю.н С.В. Левушкина</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологическое предпринимательство»**

по подготовке бакалавра по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е.72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч.
Цель изучения дисциплины	Формирование компетенций, направленных на овладение теоретических знаний, практических умений и навыков в сфере коммерциализации инноваций и организации процесса технологического предпринимательства
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина входит в обязательную часть базовых дисциплин (Б1.О.06)
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК) УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <i>УК-2.1</i> определяет цель проекта и формулирует совокупность задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определяет связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения; <i>УК-2.2</i> выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения. УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде <i>УК-3.2</i> взаимодействует с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: – нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации (<i>УК-2.1</i>); – основы определения цели проекта и формулирования задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определения связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения (<i>УК-2.1</i>); – методику выбора оптимального способа решения задач, учитывая

	<p>действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения (УК-2.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности взаимодействия с членами команды с использованием различных цифровых средств, позволяющих достигать поставленных целей (УК-3.2) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать основы определения цели проекта и формулирования задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определения связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения (УК-2.1); – выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения (УК-2.2); – осуществлять взаимодействие с членами команды с использованием различных цифровых средств, позволяющих достигать поставленных целей (УК-3.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение целей проекта и формулирование задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определение связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения (УК-2.1); – выбор оптимального способа решения задач с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений (УК-2.2); – осуществление взаимодействия с членами команды с использованием различных цифровых средств, позволяющих достигать поставленных целей (УК-3.2)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Введение в инновационное развитие. Сущность и понятие технологического предпринимательства</p> <p>Тема 2. Формирование и развитие команды</p> <p>Тема 3. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план</p> <p>Тема 4. Маркетинг и оценка рынка. Нематериальные активы, трансфер технологий и лицензирование</p> <p>Тема 5. Разработка продукта. Выведение продукта на рынок</p> <p>Тема 6. Создание и развитие стартапа. Инструменты привлечения финансирования</p> <p>Тема 7. Оценка инвестиционной привлекательности проекта</p> <p>Тема 8. Риски проекта</p> <p>Тема 9. Презентация проекта</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры предпринимательства и мировой экономики, к.э.н., Вайцеховская С.С.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Менеджмент»**

по подготовке бакалавра по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 5 з.е. 180 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 24 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 96 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента в сервисе, а также особенностей российского менеджмента.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.07 «Менеджмент» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК) УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни УК-6.1 – Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2 – Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК-1 – Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК – 1.2 – Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки</p> <p>Профессиональные компетенции (ПК) ПК-2 – Способен участвовать в разработке программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию ПК – 2.1 – Составляет проекты распорядительных и организационных документов, осуществляет их информационную обработку при внедрении технологических, продуктовых</p>

	инноваций или организационных изменений в управленческую деятельность в рамках программ организационного развития
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самоорганизации и тайм-менеджмента (УК-6.1) - основные теории мотивации, формы власти и лидерство для решения стратегических и оперативных управленческих задач (УК-6.1) - способов реализации целей с учетом внешних изменений (УК-6.2) - основы проектирования организационных структур, разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций, осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК – 1.2) - содержание организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК – 2.1) - этапы проведения аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК – 2.1) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы тайм-менеджмента в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (УК-6.1) - реализовывать цели с учетом внешних изменений (УК-6.2) - проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК – 1.2) - содержание организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК – 2.1) - этапы проведения аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК – 2.1) <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования тайм-менеджмента и самоменеджмента в управлении деятельностью организаций (УК-6.1) - реализации целей и проектов (УК-6.2) - проектирования организационных структур, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК – 1.2) - содержание организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК – 2.1) - этапы проведения аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК – 2.1)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Теоретические основы управленческой деятельности</p> <p>Тема 2. Опыт менеджмента за рубежом. Специфика менеджмента в России</p> <p>Тема 3. Общие и специальные функции управления производством</p>

	<p>Тема 4. Построение организационных структур менеджмента</p> <p>Тема 5. Внешняя и внутренняя среда организации</p> <p>Тема 6. Методы менеджмента</p> <p>Тема 7. Стратегический менеджмент; стратегия и тактика менеджмента</p> <p>Тема 8. Текущее планирование</p> <p>Тема 9. Управление человеческими ресурсами на предприятии</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения</u>: 3 семестр – экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения</u>: 3 семестр – экзамен</p>
Автор:	<p>доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, к.э.н. Грудина О.Н.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Правоведение»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль подготовки
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч.
Цель изучения дисциплины	Изучить основные нормативно-правовые документы, основные понятия и категории права; сформировать способность ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной и общественной деятельности; сформировать и развить навыки юридического мышления для выработки системного, целостного взгляда на правовые проблемы общества.
Место дисциплины в структуре ООП ВО	Дисциплина Б1.О.08 «Правоведение» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикаторы достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК) - УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. - УК-2.2 Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - действующих правовых норм в профессиональной сфере (УК-2.2) Умения: - определять действующие правовые нормы, необходимые для оптимального решения поставленных задач (УК-2.2) Навыки: - определения действующих правовых норм, необходимых для оптимального решения поставленных задач с учетом имеющиеся условия, ресурсов и ограничений (УК-2.2)
Краткая характеристика	Раздел 1. Основы теории государства и права. Антикоррупционное законодательство

учебной дисциплины (основные разделы и темы)	1. Основы теории государства и права. 2. Антикоррупционное законодательство. Раздел 2. Отраслевая структура российского права 3. Конституционное право. 4. Административное право. 5. Уголовное право. 6. Гражданское право. Наследственное право. 7. Семейное право. 8. Трудовое право. 9. Земельное право. Экологическое право.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> 1 семестр – зачет. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 1 семестр – зачет.
Автор:	доцент кафедры государственного и муниципального управления и права, к.ю.н., доцент О.В. Жданова

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Антикоррупционное законодательство»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль подготовки
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические занятия – 14 ч., самостоятельная работа – 44 ч.
Цели изучения дисциплины	1) исследование содержания и сущности коррупционных правонарушений, причин их возникновения и распространения, изучение типологии данного феномена и мер, направленных на предупреждение, пресечение и минимизацию последствий коррупции; 2) изучение студентами международных и российских нормативных правовых актов, определяющих понятие и содержание коррупции, регламентирующих направления противодействия ей; 3) формирование у студентов основных принципов антикоррупционного поведения.
Место дисциплины в структуре ООП ВО	Дисциплина Б1.О.09 «Антикоррупционное законодательство» является базовой дисциплиной образовательной программы.
Компетенции и индикаторы достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК): УК-11 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению: <i>УК-11.1</i> - Понимает сущность коррупции как социального, экономического и политического явления, противозаконного действия, а так же о различных формах коррупционного поведения; <i>УК-11.2</i> - Демонстрирует практические навыки, необходимые для борьбы с коррупцией, в конкретных жизненных ситуациях, умение аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - сущности коррупции как социального, экономического и политического явления, противозаконного действия, форм коррупционного поведения (УК-11.1); - способов борьбы с коррупцией в конкретных жизненных ситуациях, аргументированной защиты антикоррупционной позиции, путей противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2). Умения: - применять в профессиональной деятельности знания о сущности коррупции как социального, экономического и политического явления,

	<p>противозаконного действия, формах коррупционного поведения (УК-11.1);</p> <p>- проявлять способы борьбы с коррупцией в конкретных жизненных ситуациях, аргументированной защиты антикоррупционной позиции, путей противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2).</p> <p>Навыки:</p> <p>- использования в профессиональной деятельности знаний о сущности коррупции как социального, экономического и политического явления, противозаконного действия, формах коррупционного поведения (УК-11.1);</p> <p>- применения умений, необходимых для борьбы с коррупцией в конкретных жизненных ситуациях, аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Раздел 1. Юридические аспекты коррупции</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коррупция как правовое явление. 2. Современные международно-правовые нормы противодействия коррупции. 3. Борьба с коррупционной преступностью. <p>Раздел 2. Противодействие коррупции</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Юридическая ответственность за коррупционные правонарушения. 5. Актуальное законодательство России о противодействии коррупции. 6. Институциональный аспект коррупции. 7. Служебная этика и антикоррупционные стандарты поведения.
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет</p>
Автор:	доцент кафедры государственного и муниципального управления и права, к.ю.н., доцент В.Ю. Максимов.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационные технологии»**

по подготовке обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 5 ЗЕТ, 180 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 20 ч., практические (лабораторные) занятия – 40 ч. самостоятельная работа – 84 ч., контроль – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 26 ч. самостоятельная работа – 106 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студентов системного представления принципов и методов построения и эксплуатации информационных технологий в различных сферах экономики. Особый акцент делается на развитие навыков получения информации об информационных технологиях, их экономической эффективности и проблемах использования в практической деятельности современного менеджера.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.10 «Информационные технологии» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-3.2 Взаимодействует с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы</p> <p>ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач ОПК-5.1 Применяет современные информационные технологии при решении профессиональных задач</p>

	<p><i>ОПК-5.2</i> Применяет программные средства при решении профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p><i>ОПК-6.1</i> Понимает принципы работы современных информационных технологий в профессиональной деятельности</p> <p><i>ОПК-6.2</i> Использует современные информационные технологии для решения задач в профессиональной деятельности</p> <p><i>ОПК-6.3</i> Использует программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</p> <p>Методов взаимодействия с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей (УК-3.2)</p> <p>Инструментария обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2)</p> <p>Стандартных программных средств при решении профессиональных задач (ОПК-5.2)</p> <p>Принципов работы современных информационных технологий в профессиональной деятельности (ОПК-6.1)</p> <p>Современных информационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности (ОПК-6.2)</p> <p>Программно-технических средств обработки данных в профессиональной деятельности (ОПК-6.3)</p> <p>Умения:</p> <p>Взаимодействовать с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей (УК-3.2)</p> <p>Использовать инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2)</p> <p>Применять программные средства при решении профессиональных задач (ОПК-5.2)</p> <p>Понимать принципы работы современных информационных технологий в профессиональной деятельности (ОПК-6.1)</p> <p>Применять информационные технологии для решения задач в профессиональной деятельности (ОПК-6.2)</p> <p>Применять программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности (ОПК-6.3)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>Практического взаимодействия с членами команды используя различные цифровые средства, позволяющие достигать поставленных целей (УК-3.2)</p> <p>работы с инструментами обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2)</p> <p>Практического применения программных средств при</p>

	<p>решении профессиональных задач (ОПК-5.2)</p> <p>Применения на практике принципов работы современных информационных технологий в профессиональной деятельности (ОПК-6.1)</p> <p>Практической реализации информационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности (ОПК-6.2)</p> <p>Применения программно-технических средств обработки данных в профессиональной деятельности (ОПК-6.3)</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества</p> <p>Тема 2. Организация и разработка экономических систем</p> <p>Тема 3. Информационные системы в экономико-управленческой деятельности</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения</u>: семестр 1 –экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения</u>: семестр 1 –экзамен</p>
Автор(ы):	<p>доцент кафедры информационных систем, к.э.н., доцент Ермакова А.Н.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Финансовая грамотность»

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч. самостоятельная работа – <u>36</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические (лабораторные) занятия – 14 ч. самостоятельная работа – 44 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	<p>Целями освоения дисциплины «Финансовая грамотность» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование у слушателей базовых навыков финансового планирования и управления личными финансами; - формирование представления об инструментах накопления и инвестирования, принципах использования кредитных ресурсов, проведения электронных расчетов; - приобретение практических навыков комплексного осмысления финансовой информации, анализа финансовых продуктов, принятия финансовых решений.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.11 «Финансовая грамотность» относится к базовой части образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК) УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; УК-10.2 - Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципов финансового планирования, включая планирование накоплений и инвестирования, и управления личными финансами (УК-10.2); - основных инструментов накопления, инвестирования, кредитные продукты банков и микрофинансовых организаций, и особенности, сопутствующие риски и способы управления ими (УК-10.2); - юридических прав потребителя финансовых услуг и способы их защиты (УК-10.2). <p>Умения:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - составлять личный финансовый план, планирования сбережения и инвестирование; - выбирать инструменты накопления и инвестирования, исходя из степени риска и возможности его минимизации; - оценивать будущие денежные потоки по вкладам, кредитам, иным финансовым инструментам (УК-10.2). <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - расчета простых и сложных процентных ставок, аннуитетных платежей (УК-10.2); - анализа депозитных, кредитных и иных банковских продуктов для физических лиц с целью выбора наиболее оптимального по заданным критериям (УК-10.2); - финансового планирования в личных целях (УК-10.2); - прогнозирования будущих денежных потоков (УК-10.2).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Личное финансовое планирование</p> <p>Тема 2. Банки и банковские операции</p> <p>Тема 3. Инвестиции и ценные бумаги</p> <p>Тема 4. Страхование</p> <p>Тема 5. Налогообложение организаций и домохозяйств</p> <p>Тема 6. Возможности пенсионного накопления</p> <p>Тема 7. Финансовые риски и способы защиты от них</p> <p>Тема 8. Виды финансового мошенничества</p> <p>Тема 9. Создание собственного бизнеса</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 2 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 2 - зачет</p>
Автор(ы):	д.э.н., профессор кафедры финансового менеджмента и банковского дела Складова Ю.М.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Статистика»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет <u>4</u> ЗЕТ, <u>144</u> час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>36</u> ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>24</u> ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль – 36 ч.
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины Б1.О.12 Статистика является освоение методов получения, обработки, анализа статистической информации, ознакомление бакалавров с системой статистических показателей, отражающих состояние и развитие экономических и социальных, финансовых явлений и процессов общественной жизни, методологией их построения и анализа.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.12 Статистика является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем. <i>ОПК-2.1</i> - Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей профессиональных задач, определяет методы сбора и актуализации данных, способы и виды представления, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач. ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. <i>ОПК-6.3</i> -Использует программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: современных методов изучения источников информации и осуществления их поиска на основе поставленных целей (ОПК-2.1); Программно-технические средства обработки данных (ОПК-6.3). Умения: работать с информацией и осуществлять ее поиск (ОПК-2.1); Использовать программно-технические средства обработки данных (ОПК-6.3). Навыки и/или трудовые действия: получение согласия на методы сбора и актуализации данных, способы и виды представления, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач (ОПК-2.1); Способность владеть программно-техническими средствами и

	обработкой данных (ОПК-6.3).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет, задачи, система показателей и особенности методологии статистики 2. Формы, виды и методы статистического наблюдения 3. Сводка и группировка данных статистического наблюдения 4. Абсолютные и относительные величины в статистике 5. Средние показатели исследуемых явлений. Вариация признака 6. Выборочное наблюдение в статистике 7. Виды и методы анализа рядов динамики 8. Индексный метод 9. Статистические методы изучения связей между явлениями
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – экзамен <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – экзамен
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической безопасности, статистики и эконометрики Скрипниченко Ю.С.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Культура речи и деловое общение»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч., самостоятельная работа – <u>36</u> ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч.
Цель изучения дисциплины	– овладение нормами современного русского литературного языка и культуры речи, основными принципами построения монологических текстов и диалогов; – формирование представления о языке как о знаковой системе, служащей основным средством человеческого общения, о литературном языке как нормированной разновидности общенародного языка; – формирование умения в использовании вербальных и невербальных стратегий для адекватной репрезентации замысла и содержания публичной речи (стратегическая компетенция); – формирование умения в использовании языка в определенных функциональных целях в зависимости от особенностей социального и профессионального взаимодействия: от ситуации, статуса собеседников и адресата речи и других факторов, относящихся к прагматике речевого общения (прагматическая компетенция); – формирование умения использовать и преобразовывать языковые формы в соответствии с социальными и культурными параметрами взаимодействия в сфере профессиональной коммуникации (социолингвистическая компетенция).
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.13 «Культура речи и деловое общение» входит в базовую часть является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК): УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах). УК-4.1 -демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке. Общепрофессиональные компетенции (ОПК): нет. Профессиональные компетенции (ПК): нет.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - лексических, орфоэпических, грамматических и стилистических норм речи (в устной и письменной форме) УК-4.1); - требований к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний (УК-4.1.).

	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - успешно применять современные нормы литературного языка в устной и письменной форме речи (УК-4.1); - реализовывать требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний (УК-4.1.). <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устной и письменной речью в объеме, позволяющем успешно применять свои знания в различных речевых ситуациях с наибольшей результативностью (УК-4.1); - приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы (УК-4.1).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Современный русский литературный язык как основа профессиональной коммуникации</p> <p>Тема 1. Сведения о современном русском литературном языке как основе культуры деловой речи</p> <p>Тема 2. Функционально-стилевая дифференциация современного русского литературного языка</p> <p>Тема 3. Аспекты литературного языка как основа профессиональной речи</p> <p>Раздел 2. Устная форма конструктивного делового общения</p> <p>Тема 4. Основные принципы успешного речевого взаимодействия</p> <p>Тема 5. Виды и способы речевого взаимодействия: техники диалога и основы полемического мастерства</p> <p>Тема 6. Невербальные и неречевые виды деятельности в устном общении</p> <p>Раздел 3. Ораторская речь</p> <p>Тема 7. Публичная речь в деловом общении</p> <p>Тема 8. Основы ораторского мастерства</p> <p>Раздел 4. Письменная форма делового общения</p> <p>Тема 9. Особенности письменной коммуникации в деловой сфере</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры иностранных языков, к.п.н., доцент Зорина Е.Б.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология профессионально-личностного развития»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические занятия – 28 ч., самостоятельная работа – 66 ч.
Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающегося целостного представления о закономерностях профессионального развития личности; включающих в себя: расширение знаний о себе, своих возможностях и способностях, о мире профессионального труда; соотнесения их с личностно и профессионально важными качествами; развитие умений ориентироваться в мире людей, занимать активную жизненную позицию, преодолевать трудности адаптации и самореализации в профессиональной деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.14 «Психология профессионально-личностного развития» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК): УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни: УК-6.2 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах: УК-9.1 Опирается на понятия инклюзивной компетентности, ее компонентами и структурой; понимает особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах УК-9.2 Взаимодействует в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
Знания, умения и навыки, получаемые в	Знания: - основ психологии общения; методов работы в кризисных ситуациях; основ эффективных межличностных коммуникаций (УК - 3.1);

<p>процессе изучения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> - основ социологии, психологии (УК - 6.2); - основных понятий инклюзивной компетентности, ее компонентов и структуру; базовых дефектологических понятий в социальной и профессиональной сферах (УК-9.1); - теорий и методик инклюзивного взаимодействия (УК-9.2). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать в кризисных ситуациях; применять приемы эффективных межличностных коммуникаций (УК - 3.1); - реализовывать намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни (УК - 6.2); - оперировать понятиями инклюзивной компетентности, ее компонентами и структурой; применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах (УК-9.1); - взаимодействовать в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами (УК-9.2). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы в кризисных ситуациях; применения приемов эффективных межличностных коммуникаций (УК - 3.1); - реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни (УК - 6.2); - оперирования понятиями инклюзивной компетентности, ее компонентами и структурой; применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах (УК-9.1); - взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами (УК-9.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Системное и критическое мышление. 2. Разработка и реализация проектов. 3. Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение). 4. Командная работа и лидерство. 5. Конфликты в деловых отношениях. 6. Безопасность жизнедеятельности. 7. Инклюзивная компетентность. 8. Гражданская позиция.
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 2 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 2 – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.пед.н., доцент кафедры педагогики, психологии и социологии Лимонова О.О.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Высшая математика»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 7 ЗЕТ, 252 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., практические занятия – 72 ч., самостоятельная работа – 108 ч., контроль -36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 26 ч., практические занятия – 52 ч., самостоятельная работа – 138 ч, контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	<p>получение базовых знаний и формирование основных навыков по математике, необходимых для решения задач, возникающих в практической управленческой деятельности;</p> <p>- развитие понятийной математической базы и формирование определенного уровня математической подготовки, необходимых для решения теоретических и прикладных задач управления и их количественного и качественного анализа.</p>
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.15 «Высшая математика» относится к базовой части образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществляет поиск информации; определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3 Использует системный подход для решения поставленных задач</p> <p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>ОПК-2.1 Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей профессиональных задач, определяет методы сбора и актуализации данных, способы и виды представления, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач;</p> <p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.3 Использует программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в	<p>Знания:</p> <p>– основных понятий линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической</p>

<p>процессе изучения дисциплины</p>	<p>статистики (УК-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> – основных методов линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики (УК-1.3); – механизмов сбора и актуализации данных, способов и видов представления, обработки и анализа данных, необходимых для решения экономических задач математическими методами (ОПК-2.1); – основных программно-технических средств обработки данных для решения экономических задач математическими методами (ОПК-6.3). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять на практике основные методы линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики (УК-1.1); – использовать системный подход для решения поставленных задач с помощью основных методов линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики (УК-1.3); – применять на практике механизмов сбора и актуализации данных, способов и видов представления, обработки и анализа данных, необходимых для решения экономических задач математическими методами (ОПК-2.1); – использовать основные программно-технические средства обработки данных для решения экономических задач математическими методами (ОПК-6.3). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществлять поиск методов линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики, необходимых для решения поставленной задачи (УК-1.1); – применения системного подхода для решения поставленных задач с помощью основных методов линейной алгебры и аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики (УК-1.3); – анализа и интерпретации решений, механизмов сбора и актуализации данных, способов и видов представления, обработки и анализа данных, необходимых для решения экономических задач математическими методами (ОПК-2.1); – применения основных программно-технических средств обработки данных для решения экономических задач математическими методами (ОПК-6.3).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Линейная алгебра и аналитическая геометрия Тема 1. Линейная алгебра Тема 2. Векторная алгебра и аналитическая геометрия Раздел 2. Математический анализ Тема 3. Введение в математический анализ Тема 4. Дифференциальное исчисление функции одной переменной Тема 5. Неопределённый интеграл Тема 6. Определённый интеграл Тема 7. Дифференциальные уравнения</p>

	Раздел 3. Теория вероятностей и математическая статистика Тема 8. Теория вероятностей Тема 9. Математическая статистика
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> 1 семестр – зачет, 2 семестр – экзамен <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет; семестр 2 – экзамен
Автор:	доцент кафедры математики, к.э.н. А.Ф. Долгополова

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Методы оптимальных решений»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
 по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36ч., самостоятельная работа – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 26ч., самостоятельная работа – 70 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.16 «Методы оптимальных решений» является дисциплиной обязательной части образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</p> <p>ОПК 2- Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p><i>ОПК-2.2</i> - Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы</p> <p>ОПК 4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p> <p><i>ОПК-4.1</i> - Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций</p> <p>ОПК 6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p><i>ОПК-6.3</i> - Использует программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные характеристики математических моделей, используемых в профессиональной деятельности (ОПК-2.2) – основные характеристики моделирование и проектирование процессов и систем с применением современных инструментальных средств (ОПК-2.2) – основные принципы, методы и результаты современной теории

	<p>математического моделирования для оценки новых рыночных возможностей развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы, методы и способы использования современных информационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6.3) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить выбор математических моделей, используемых в профессиональной деятельности, сопоставляя результаты экспериментальных данных и полученных решений (ОПК-2.2) – проводить выбор математических моделей, используемых в профессиональной деятельности, сопоставляя результаты экспериментальных данных и полученных решений с применением современных инструментальных средств (ОПК 2.2) – Применять математический аппарат при решении типовых задач и обработке результатов исследований оценки новых рыночных возможностей развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1) – Применять современные информационные технологии при решении типовых задач, связанных с обработкой информации (ОПК-6.3) <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработки математических моделей, используемых в профессиональной деятельности, сопоставляя результаты экспериментальных данных и полученных решений (ОПК-2.2) – разработки математических моделей и проектирование процессов и систем с применением современных инструментальных средств (ОПК-2.2) – основными методиками адаптации моделей к реальным профессиональным задачам по оценке новых рыночных возможностей развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1) – использования современных методов компьютерной реализации алгоритмов обработки информации (ОПК-6.3)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Задачи линейного программирования. Основы теории игр. Методы математического планирования.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 –зачет с оценкой <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 –зачет с оценкой
Автор(ы):	старший преподаватель кафедры математики Попова С.В.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Анализ данных»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет _3_ ЗЕТ, _108_ час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч.
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов системное представление о технологиях многомерного анализа данных, интеллектуального анализа данных (Data Mining), их применении и инструментах, изучить основные методы прикладного анализа данных, развить навыки исследования различных процессов на ЭВМ, практического применения методов многомерного анализа и Data Mining для решения различных научных и технических задач
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.17 «Анализ данных» относится к блоку 1 – Обязательная часть
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК) УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач <i>УК-1.2 - Проводит оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных, в том числе с применением философского понятийного аппарата</i> Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК-5 - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. <i>ОПК-5.3 - Применяет технологии управления крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ при решении профессиональных задач</i> ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. <i>ОПК-6.3 - Использует программно-технические средства обработки данных в профессиональной деятельности</i>
Знания, умения и навыки,	Знания:

<p>получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>основные проблемы, возникающие при анализе данных, и пути их решения (УК-1.2); отличий Data Mining от классических статистических методов анализа и OLAP-систем (ОПК-5.3); типы закономерностей и сферы применения Data Mining (ОПК-5.3); виды и способы организации хранилищ данных (ОПК-6.3); классификацию аналитических систем (ОПК-6.3); состав классов программных продуктов, образующих набор Business Intelligence (ОПК-5.3).</p> <p>Умения: использовать программные и аппаратные средства персонального компьютера для анализа данных (ОПК-6.3); ориентироваться в современной системе источников информации (УК-1.2); квалифицировать задачи Data Mining, применять методы интеллектуального анализа данных (ОПК-5.3);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: обработки больших массивов информации (Big data) (ОПК-5.3); анализа данных различной природы (ОПК-6.3). проводить оценку информации (УК-1.2)</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Эволюция ИКТ и потенциал анализа данных Тема 2. Основные термины и определения Тема 3. Основные задачи и классификация методов анализа данных Тема 4. Основные методы анализа и интерпретации данных: предварительная обработка данных, оптимизация признакового пространства Тема 5. Основные методы анализа и интерпретации данных: классификация Тема 6. Основные методы анализа и интерпретации данных: регрессия Тема 7. Основные методы анализа и интерпретации данных: ассоциация, визуализация Тема 8. Обработка данных Тема 9. Инструменты Data mining</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры информационных систем Сорокин А.А.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономическая диагностика и оценка деятельности организации»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е.72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч., самостоятельная работа – <u>36</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>12</u> ч., самостоятельная работа – <u>48</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на освоение методологических основ и приобретения практических навыков комплексного анализа и оценки деятельности организации как целостной хозяйственной системы, а также умений и навыков выявлять резервы повышения управляемости и эффективности деятельности организации.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б.1.О.18 «Экономическая диагностика и оценка деятельности организации» входит в базовую часть
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК):</p> <p>УК 1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p><i>УК – 1.1</i> - Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществляет поиск информации; определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения;</p> <p><i>УК – 1.3</i> - Использует системный подход для решения поставленных задач.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ анализа задач, для выделения ее базовых составляющих; основ поиска информации; основ определения и ранжирования информации, требуемую для решения; (УК-1.1); - основ системного подхода для решения поставленных задач. (УК-1.3). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять анализ задач, выделяя ее базовые составляющие; осуществлять поиск информации; определять и ранжировать информацию, требуемую для решения (УК-1.1);

	<p>- использовать системный подход для решения поставленных задач (УК-1.3).</p> <p>Навыки:</p> <p>- практического использования анализа задач, для выделения ее базовых составляющих; применения поиска информации; определения и ранжирования информации, требуемую для решения (УК-1.1);</p> <p>- использования основ системного подхода для решения поставленных задач (УК-1.3).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Предмет, значение и задачи анализа деятельности организации.</p> <p>Тема 2. Анализ производства и реализации продукции организации.</p> <p>Тема 3. Анализ использования оборотных средств организации.</p> <p>Тема 4. Анализ использования основных фондов организации.</p> <p>Тема 5. Анализ использования трудовых ресурсов организации и фонда заработной платы.</p> <p>Тема 6. Анализ себестоимости производимой продукции.</p> <p>Тема 7. Комплексная оценка финансового состояния и деловой активности организации.</p> <p>Тема 8. Анализ эффективности деятельности организации и диагностика экономической безопасности.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачет</p> <p><u>Очно -заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачет</p>
Автор:	доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., доцент Айдинова А.Т.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экология»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	«Маркетинг»
	Профиль
Форма обучения – очная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 18 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Формирование представлений о связи природы и общества в системе «биосфера - человек», оценки и прогнозирования результатов воздействия различных отраслей промышленности на природную среду, безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.19 «Экология» относится к обязательной части образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК)</p> <p>УК-8 - Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> <p><i>УК-8.1</i> Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания и идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности</p> <p><i>УК-8.2</i> Выявляет возможные угрозы для жизни и здоровья человека, создает и поддерживает безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <p>основных законов и закономерностей сред обитания, влияния экологических и антропогенных факторов, методов анализа данных, для определения влияния факторов на жизнедеятельность элементов среды обитания в рамках осуществляемой профессиональной деятельности (<i>УК-8.1</i>);</p> <p>требования охраны труда для сохранения окружающей среды (<i>УК-8.2</i>);</p>

	<p>возможные угрозы для жизни и здоровья человека, безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды (УК-8.2).</p> <p>Умения:</p> <p>применять экологические законы и закономерности при анализе факторов, вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания, идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности (УК-8.1);</p> <p>применять требования охраны труда для сохранения окружающей среды (УК-8.2);</p> <p>поддерживать безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8.2).</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>анализа данных, необходимых для идентификации опасных и вредных факторов в рамках осуществляемой профессиональной деятельности (УК-8.1);</p> <p>навыками соблюдения требований охраны труда для сохранения окружающей среды (УК-8.2);</p> <p>выявления возможных угроз для жизни, здоровья человека и природной среды, обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и устойчивого развития общества и природной среды в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8.2).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Биоэкология</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет, задачи, история экологии 2. Основные законы и закономерности экологии отражающие факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания <p>Раздел 2. Прикладная экология</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Антропогенное воздействие на биосферу, возможные угрозы для жизни и здоровья человека 2. Основы рационального природопользования и охраны природы для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества 3. Экологические проблемы основных отраслей экономики 4. Создание и поддержка безопасных условий жизнедеятельности через элементы системы управления охраной окружающей среды
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 – зачет</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>доцент кафедры экологии и ландшафтного строительства, к.б.н., Окрут С.В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Прогнозирование в управлении»**

по подготовке магистра по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	«Маркетинг»
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е., 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 26 ч., самостоятельная работа – 70 ч.
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов целостного представления о возможностях современных методов математического моделирования в экономике, выработка у них практических навыков постановки и решения экономико-математических задач.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.20 «Прогнозирование в управлении» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Общепрофессиональные (ОПК): ОПК 2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; <i>ОПК - 2.2-</i> выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы; ОПК 4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; <i>ОПК-4.1-</i> выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - инструменты обработки и анализа данных (ОПК - 2.2); - развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4.1); Умения: - использовать современный инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК - 2.2); - выявлять новые рыночные возможности развития организации

	<p>и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективного выбора соответствующих содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных (ОПК - 2.2); - оценивания новых рыночных возможностей развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (ОПК-4.1);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Социально-экономическое прогнозирование: основные понятия, предмет, методы и типология</p> <p>Тема 2. Система и принципы социально-экономического прогнозирования</p> <p>Тема 3. Методы социально-экономического прогнозирования</p> <p>Тема 4. Модели экономического прогнозирования. экономики</p> <p>Тема 5. Прогнозирование экономического и социального развития регионов</p> <p>Тема 6. Прогнозирование социального развития и уровня жизни населения</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет с оценкой</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет с оценкой</p>
Автор:	доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, к.э.н. Сергиенко Е.Г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Налоги и налогообложение»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>36</u> ч., самостоятельная работа – <u>54</u> ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 26 ч., самостоятельная работа – 70 ч., контроль 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Теоретическая и практическая подготовка обучающихся, которая позволяет на основе правовых знаний в сфере налогообложения анализировать закономерности и тенденции развития отечественной налоговой системы, характеризовать основные направления бюджетно-налоговой политики, посредством анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. рассчитывать налоговую базу и налоговые платежи и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.21 «Налоги и налогообложение» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК) УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике</p> <p>Общепрофессиональные (ОПК) ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций ОПК-4.3 Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётности организаций и ведомств</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологии, базовых принципов и процедур налогообложения, взаимосвязи и взаимообусловленности участников налоговых отношений, системы взимаемых налоговых платежей, их сущность и содержание (УК-10.1) - понятия, видов, структурных элементов, механизма функционирования налоговой системы как центрального звена финансовой и бюджетной систем (УК-10.1) - понятия, видов, форм, методов, инструментов налоговой политики, ее взаимосвязи с государственными и муниципальными финансами

	<p>(УК-10.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущности и содержания бюджетно-налоговой политики (УК-10.1) - видов, основных принципов и методов разработки организационно-управленческих решений в области налогообложения (УК-10.1) - состава и элементов налоговых платежей, уплачиваемых налогоплательщиками (ОПК-4.3) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать общие подходы к исполнению налоговой обязанности на основании правовых знаний в области налогообложения (УК-10.1) - анализировать закономерности и тенденции развития отечественной налоговой системы; рассчитывать налоговую базу и налоговые платежи на основе действующего законодательства и других нормативно-правовых актов о налогах и сборах (УК-10.1) - анализировать основные направления бюджетно-налоговой политики (УК-10.1) - находить оптимальные организационно-управленческие решения в области налогообложения (УК-10.1) - самостоятельно осуществлять сбор, анализ и систематизацию данных по налоговым платежам и использовать полученные данные для решения профессиональных задач (ОПК-4.3) <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы с Налоговым кодексом РФ и другими нормативно-правовыми актами в области налогообложения (УК-10.1) - оценки закономерностей и тенденций развития отечественной налоговой системы; навыками исчисления, уплаты, планирования действующих в РФ налоговых платежей (УК-10.1) - оценки основных направлений бюджетно-налоговой политики (УК-10.1) - находить оптимальные организационно-управленческие решения в области налогообложения (УК-10.1) - обоснования и выбора вариантов оптимальных организационно-управленческих решений в области налогообложения и оценки их эффективности (ОПК-4.3)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Основы налогообложения в Российской Федерации</p> <p>Тема 1. Налоги в экономической системе общества</p> <p>Тема 2. Налоговая система РФ</p> <p>Тема 3. Налоговые правоотношения и ответственность за их совершение</p> <p>Раздел 2. Исчисление, уплата, планирование налоговых платежей</p> <p>Тема 4. Косвенные налоги НДС. Акцизы</p> <p>Тема 5. Налог на прибыль организаций</p> <p>Тема 6. Налог на доходы физических лиц</p> <p>Тема 7. Налогообложение природопользования</p> <p>Тема 8. Региональные налоги</p> <p>Тема 9. Местные налоги</p> <p>Тема 10. Специальные налоговые режимы</p> <p>Тема 11. Прочие налоговые платежи</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 4 – экзамен</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>доцент кафедры финансового менеджмента и банковского дела, к.э.н. доцент Остапенко Е.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономическая теория»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 5 ЗЕТ, 180 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины Б1.О.22 «Экономическая теория» является овладение студентами основными концепциями экономического анализа, освоение теоретических и методологических принципов экономической теории; овладение навыками использования методов экономической теории при решении профессиональных задач и приобретение опыта анализа проблемных экономических ситуаций
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.22 «Экономическая теория» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК-1.1 Использует знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике (УК-10.1); – основных понятий, категорий и методов экономической теории, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности (ОПК-1.1). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать причинно-следственные связи между процессами и явлениями, происходящими в экономике (УК-10.1);

	<ul style="list-style-type: none"> – анализировать причины и формы участия государства в экономике (УК-10.1); – осуществлять постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической теории (ОПК-1.1); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – установления причинно-следственных связей между процессами и явлениями, происходящими в экономике (УК-10.1); – критической оценки степени участия государства в экономике (УК-10.1); – решения задач профессиональной деятельности на основе знаний основных законов и закономерностей экономической теории (ОПК-1.1).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Введение в экономическую теорию Тема 1.1. Предмет и метод экономической теории Тема 1.2. Теория и факторы общественного производства Тема 1.3. Экономическая система: сущность, признаки, типы Раздел 2. Микроэкономика Тема 2.1. Рынок и механизм его функционирования Тема 2.2. Теория потребительского поведения Тема 2.3. Микроэкономическая модель предприятия. Затраты и результаты производства Тема 2.4. Конкуренция и основные виды рыночных структур Раздел 3. Макроэкономика и международные аспекты национальной экономики Тема 3.1. Введение в макроэкономику. Основные макроэкономические показатели в системе национальных счетов Тема 3.2. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост Тема 3.3. Теория макроэкономического равновесия: базовые модели Тема 3.4. Государственное регулирование экономики: цели, формы, методы и инструменты Тема 3.5. Теории международной торговли. Платёжный баланс и валютный курс</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1 – экзамен <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1 – экзамен</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, Скиперская Е.В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Бухгалтерский управленческий учет»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Бухгалтерский управленческий учет» теоретическая и практическая подготовка обучающихся, которая позволяет на базе полученных знаний по методологии и организации бухгалтерского, финансового, управленческого учета и формировании финансовой отчетности организаций различных форм собственности, уметь пользоваться российскими и международными нормативными документами, осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.23 «Бухгалтерский управленческий учет» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности: <i>УК – 10.1</i> - Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике</p> <p>Профессиональные компетенции (ОПК): ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; <i>ОПК- 4.3</i> - Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций и ведомств</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - принципов рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основных понятий, основных характеристик рынка, видов конкуренции и монополий, основных принципов экономического анализа для принятия решений (УК - 10.1) - основных теоретических понятий бухгалтерского учета, базовых общепринятых правил ведения бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств, доходов, расходов организаций, сущности элементов метода бухгалтерского учета (ОПК - 4.3).</p> <p>Умения:</p>

	<p>- взаимодействовать с государственными и частными структурами в процессе получения бухгалтерских финансовых услуг, реализации финансовых прав и ведения собственного бизнеса, принимать экономические решения в сфере ведения бизнеса (УК-10.1);</p> <p>- осуществлять сбор, анализ и интерпретацию данных бухгалтерской отчетности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (ОПК - 4.3).</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>- критической оценки информации об изменениях в экономике, в том числе перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствия экономической политики при принятии личных экономических решений (УК-10.1);</p> <p>- анализа и интерпретации информации бухгалтерской отчетности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (ОПК - 4.3).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Основы бухгалтерского учета</p> <p>Тема 1.1. Бухгалтерский учет, его сущность и значение в системе управления</p> <p>Тема 1.2. Балансовое обобщение, система бухгалтерских счетов и двойная запись.</p> <p>Тема 1.3. Первичное наблюдение, документация, учетные регистры. Инвентаризация, оценка и калькуляция.</p> <p>Раздел 2. Ведение финансового учета</p> <p>Тема 2.1. Основное содержание и порядок ведения учета денежных средств и расчетных операций</p> <p>Тема 2.2. Основное содержание и порядок ведения учета запасов</p> <p>Тема 2.3. Основное содержание и порядок ведения учета внеоборотных активов</p> <p>Тема 2.4. Порядок ведения учета расходов и доходов организации, финансовых результатов и распределения прибыли.</p> <p>Тема 2.5. Состав и порядок формирования бухгалтерской финансовой отчетности</p> <p>Раздел 3. Управленческий учет</p> <p>Тема 3.1. Сущность и содержание бухгалтерского управленческого учета</p> <p>Тема 3.2 Учет затрат на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг</p> <p>Тема 3.3 Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>Гришанова С.В., к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского управленческого учета</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы маркетинга»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль – 36 ч., <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч, контроль – 36 ч.
Цель изучения дисциплины	является приобретение студентами теоретико-методологических знаний в области маркетинга; изучение особенностей применения маркетинговых инструментов при ведении бизнеса
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.24 «Основы маркетинга» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК): УК 2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <i>УК-2.3 - Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач;</i> ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; <i>ОПК-4.3 - Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётности организаций и ведомств</i>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - подходов к оценке маркетинговых решений в рамках поставленных задач в соответствии с запланированными результатами контроля и способы их корректировки (УК -2.3); - методов анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчётности организаций и ведомств (ОПК-4.3); Умения: - проводить оценку маркетинговых решений в рамках поставленных задач в соответствии с запланированными

	<p>результатами контроля и их корректировку (УК -2.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётности организаций и ведомств (ОПК-4.3); <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения оценки маркетинговых решений в рамках поставленных задач в соответствии с запланированными результатами контроля и их корректировки (УК -2.3); - анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчётности организаций и ведомств (ОПК-4.3);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Экономическая сущность маркетинга.</p> <p>Тема 2. Маркетинговые исследования.</p> <p>Тема 3. Сегментация рынка.</p> <p>Тема 4. Товар в системе маркетинга.</p> <p>Тема 5. Цена в системе маркетинга.</p> <p>Тема 6. Сбыт в системе маркетинга.</p> <p>Тема 7. Виды маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Тема 8. Организация маркетинга на предприятии.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – экзамен.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 4 – экзамен.</p>
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Агаларова Е.Г.

**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
«Оценка рисков»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
<i>шифр</i>	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль

Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические занятия – 30 ч., самостоятельная работа – 64 ч., контроль - 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины «Риск-менеджмент» является формирование системы знаний, умений и навыков в области экономической оценки, организации и управления рисками, разработки экономически эффективных организационно-управленческих решений, нацеленных на повышение эффективности и результативности бизнеса.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.25 «Оценка рисков» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</p> <p>ОПК 2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; <i>ОПК-2.2</i> - Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы;</p> <p>ОПК 3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; <i>ОПК-3.2</i> - Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основных профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2); - теоретических и методологических основ разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости в условиях сложной и динамичной среды;

	<p>методов оценки их последствий (ОПК-3.2);</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2); - разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости; содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды; оценивать результаты и последствия принятого организационно-управленческого решения (ОПК-3.2); <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность выбирать соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, используя современные инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы (ОПК-2.2); - обоснования принятия организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости; организации реализации организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды; определения и применения методов оценки их последствий (ОПК-3.2);
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Понятия риск-менеджмента Тема 2. Классификация и виды рисков Тема 3. Методология риск-менеджмента Тема 4. Процессный подход к изучению риск-менеджмента Тема 5. Аксиомы, законы и принципы риск-менеджмента Тема 6. Управление кадровыми рисками в работе с персоналом организации Тема 7. Стратегия, политика и тактика риск-менеджмента Тема 8. Информационно-аналитическая система управления рисками</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – экзамен <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 7 – экзамен</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, Свиштунова И.Г.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономический анализ хозяйственной деятельности»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
<i>шифр</i>	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 часов	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Формирование знаний о научных основах и принципах экономического анализа, о методах, специальных приемах и методике его проведения; об организации и информационной базе анализа, порядке формирования специальной аналитической информации и интерпретации данных аналитических расчетов; о направлениях и сферах применения результатов экономического анализа.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.26 «Экономический анализ хозяйственной деятельности» – входит в обязательную часть основных дисциплин
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК 2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; <i>ОПК-2.1</i> - Определяет цель проекта и формулирует совокупность задач, решение которых напрямую связано с достижением цели проекта и определяет связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения.</p> <p>ОПК 4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; <i>ОПК-4.3</i> - Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётах организаций и ведомств.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - направлений экономического анализа и последовательность его проведения, способность к коммуникации в устной и письменной формах при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОПК-2.1); - типовых методик расчета показателей, характеризующие

	<p>деятельность хозяйствующих субъектов в сфере бизнеса (ОПК-4.3);</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать необходимые методы исследования, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из задач конкретного исследования для решения профессиональных задач (ОПК-2.1); - рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов (ОПК-4.3); <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач в различных сферах (ОПК-2.1); - проведения анализа и оценки эффективности деятельности по основным стратегическим направлениям организаций (ОПК-4.3)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Место экономического анализа в теории и практике управления 2. Метод и методика экономического анализа. Методические приёмы экономического анализа 3. Анализ организационно-технического уровня производства и качества продукции. 4. Анализ состояния и использования основных фондов и работы оборудования. 5. Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и эффективность их использования 6. Анализ использования труда и заработной платы 7. Анализ себестоимости производства и продаж 8. Анализ производства и реализации продукции 9. Анализ прибыли и рентабельности
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 4 семестр – экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 4 семестр – экзамен</p>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономического анализа и аудита Батищева Е.А.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория организации»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

<u>38.03.02</u>	Менеджмент
<i>шифр</i>	направление подготовки
	Маркетинг
	профиль

Форма обучения – очная, очно-заочная.

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3_ЗЕТ, 108 час	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий:	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические занятия – <u>36</u> ч., самостоятельная работа – <u>54</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>14</u> ч., практические занятия – <u>28</u> ч., самостоятельная работа – <u>66</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов целостного представления о закономерностях, принципах и механизмах функционирования организационных систем, и перспективах их развития, ознакомление с теоретическими и практическими основами управленческой деятельности и формирование навыков анализа и построения современной организацией.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина является дисциплиной базовой части и является обязательной к изучению дисциплиной.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные (ОПК): ОПК 1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; <i>ОПК-1.1</i> - использует знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1).</p> <p>Умения: - применять знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1).</p> <p>Навыки: - использования знаний экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Методологические подходы к дисциплине «Теория организации».</p> <p>Тема 2. Законы и принципы организации.</p> <p>Тема 3. Системный подход к организации.</p> <p>Тема 4. Структурный подход к организации.</p> <p>Тема 5. Механистические и органические организационные системы.</p> <p>Тема 6. Жизненный цикл организации.</p> <p>Тема 7. Организационное проектирование.</p>

	Тема 8. Эффективность организационных систем.
Форма контроля	Очная форма обучения: 2 семестр – зачет Очно-заочная форма обучения: 2 семестр – зачет
Автор	к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Сергиенко Е.Г.

**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
«Теория управления»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
<i>шифр</i>	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль

Форма обучения – очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль - 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины «Теория управления» является формирование системы знаний, умений и практических навыков эффективного управления организациями и коллективами, применения рациональных методов и подходов к решению различных управленческих проблем в соответствии с методологией научного менеджмента
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.28 «Теория управления» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</p> <p>ОПК 1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;</p> <p><i>ОПК-1.1-</i> Использует знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК 3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;</p> <p><i>ОПК-3.2</i> - Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1); - теоретических и методологических основ разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости в условиях сложной и динамичной среды; методов оценки их последствий (ОПК-3.2); <p>Умения:</p>

	<p>- определять область знаний организационных и управленческих теорий, необходимых для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1);</p> <p>- разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости; содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды; оценивать результаты и последствия принятого организационно-управленческого решения (ОПК-3.2);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>- применения знаний организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК-1.1);</p> <p>- обоснования принятия организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости; организации реализации организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды; определения и применения методов оценки их последствий (ОПК-3.2).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1: Теория управления: теоретические аспекты дисциплины</p> <p>Тема 2: Управление: понятие и сущность</p> <p>Тема 3: Принципы управления</p> <p>Тема 4: Основные функции управления социально-экономическими системами</p> <p>Тема 5: Система и организационные структуры управления</p> <p>Тема 6: Управленческие решения</p> <p>Тема 7: Стратегия и стратегическое управление</p> <p>Тема 8: Основные технологии управления</p> <p>Тема 9: Эффективность управления</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 2 – экзамен</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 2 – экзамен</p>
Автор:	<p>к.ю.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, Левушкина С.В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономика организации»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е. 144 часа.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 26 ч., самостоятельная работа – 70 ч, контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение теоретическими знаниями принципов и закономерностей функционирования организации как целостной хозяйственной системы, умениями и навыками оценки, планирования и управления деятельностью организации в целях повышения ее эффективности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.29 «Экономика организации» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</p> <p>ОПК 3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;</p> <p><i>ОПК-3.1</i> - Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления</p> <p>ОПК 4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p> <p><i>ОПК – 4.3</i> - Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётности организаций и ведомств</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональной терминологии и технологии управления, применяемой для описания проблемных ситуаций деятельности организации (ОПК-3.1); - содержания финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчётности организаций и ведомств (ОПК-4.3); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описывать проблемные ситуации деятельности организации,

	<p>используя профессиональную терминологию и технологии управления (ОПК-3.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётах организаций и ведомств (ОПК-4.3); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описания проблемных ситуаций деятельности организации с использованием профессиональной терминологии и технологии управления (ОПК-3.1); - анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчётах организаций и ведомств (ОПК-4.3).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Экономическая сущность организации и механизм ее функционирования</p> <p>Тема 2. Организационная и производственная структура организации</p> <p>Тема 3. Экономический потенциал организаций и показатели его использования</p> <p>Тема 4. Основные фонды: состав, структура и эффективность их использования</p> <p>Тема 5. Оборотные средства: состав, классификация и эффективность использования</p> <p>Тема 6. Трудовые ресурсы организации</p> <p>Тема 7. Организация, нормирование и оплата труда</p> <p>Тема 8. Издержки производства и себестоимость продукции</p> <p>Тема 9. Прибыль как результат деятельности организации</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 3 семестр – экзамен, курсовая работа</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 3 семестр – экзамен, курсовая работа</p>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Разработка управленческих решений»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
шифр	направление подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 5 з.е.180 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 90 ч., контроль – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 22 ч., самостоятельная работа – 110 ч., контроль – 36 ч.
Цель изучения дисциплины	является формирование теоретических знаний о методах разработки, принятия и реализации управленческих решений и практических навыков находить организационно - управленческие решения и готовность нести за них ответственность.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.30 «Разработка управленческих решений» входит в обязательную часть образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <i>УК-2.3 - Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач;</i> ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной; <i>ОПК-3.2 - Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;</i>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - методов оценки решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректируя способы решения задач (УК-2.3); - основ разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействуя их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивая их последствия (ОПК-3.2); Умения:

	<p>- применять методы оценки решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректируя способы решения задач (УК-2.3);</p> <p>- разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействуя их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия (ОПК-3.2);</p> <p>Навыки:</p> <p>- применения методов оценки решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректируя способы решения задач (УК-2.3);</p> <p>- разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействуя их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценки их последствий (ОПК-3.2);</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Функции решений в организации процесса управления 2. Типология управленческих решений 3. Психология принятия решений 4. Методы и способы принятия управленческих решений 5. Неформальные и коллективные методы принятия управленческих решений 6. Количественные методы принятия управленческих решений 7. Современные концепции принятия решений 8. Программные продукты для разработки и принятия управленческих решений
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен.</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Кенина Д. С.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Этика профессиональной деятельности»**
по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е.72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч., , самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., , самостоятельная работа – 48 ч.
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системы знаний и четкого представления о профессиональной этике менеджера; об общечеловеческих началах этики и этических критериях, в соответствии с которыми оценивается профессиональная деятельность управленца; о нравственной специфике работников управленческого труда, проблемах этики менеджмента, этике сферы бизнеса и управленческой этике, типах партнерских отношений специалистов по менеджменту и формирование умений использовать их в практической деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.31 «Этика профессиональной деятельности» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК) УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды. УК-4-Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке. УК-11-Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению УК-11.2-Демонстрирует практические навыки, необходимые для борьбы с коррупцией, в конкретных жизненных ситуациях, умение аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям.
Знания, умения и навыки,	Знания:

<p>получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методик определения своей роли в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды (УК-3.1); - технологии обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке (УК-4.1); - основ борьбы с коррупцией, в конкретных жизненных ситуациях, умение аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды (УК-3.1); - осуществлять процесс обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке (УК-4.1); - осуществлять борьбу с коррупцией, в конкретных жизненных ситуациях, умение аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения своей роли в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения других членов команды (УК-3.1); - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке (УК-4.1); - борьбы с коррупцией, в конкретных жизненных ситуациях, умение аргументированно защищать антикоррупционную позицию и находить пути противодействия коррупционным явлениям (УК-11.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в дисциплину этика профессиональной деятельности. 2. История отношений бизнеса и общества. 3. Бизнес, общество и национальная культура. 4. Этика как элемент организационной культуры предприятия. 5. Профессиональная мораль как специфический регулятор. 6. Профессиональная этика менеджера и требования к ее становлению. 7. Профессиональные стандарты в деятельности менеджера. 8. Межкультурные особенности взаимодействия. 9. Этикетные модели поведения в профессиональной деятельности менеджера.
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 4 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 4 семестр – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Семко И.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Бизнес-планирование»**

по подготовке бакалавра по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е.108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в самостоятельная работа – 72 ч.
	Физическая
Цель изучения дисциплины	Формирование компетенций, направленных на овладение теоретических знаний, практических умений и навыков разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.32 «Бизнес-планирование» является обязательной дисциплиной образовательной программы
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК-4 – Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций <i>ОПК-4.2-</i> Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - принципов, методов и инструментов разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса (ОПК – 4.2). Умения: - использовать методы разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса. (ОПК – 4.2). Навыки: - разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса (ОПК – 4.2).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Теоретические основы бизнес-планирования Тема 2. Технология разработки бизнес-плана Тема 3. Оформление и презентация бизнес-плана Тема 4. Финансирование бизнес-планов
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет
Автор:	доцент кафедры предпринимательства и мировой экономики, к.э.н. Вайцеховская С.С.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Аудит маркетинговых проектов»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., практические занятия – <u>36</u> ч., самостоятельная работа – <u>54</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., практические занятия – <u>24</u> ч., самостоятельная работа – <u>72</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	является формирование у обучающихся теоретических знаний принципов маркетингового аудита и развитие практических навыков проведения эффективного маркетингового консультирования деятельности в организации, а также обеспечение необходимых навыков по осуществлению проверок выполнения функций маркетинга и совершенствования выработки стратегических решений.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.33 «Аудит маркетинговых проектов» является обязательной дисциплиной образовательной программы
Компетенции и индикатор достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК – 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК 2.3 - Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК 2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК 2.1 - Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей профессиональных задач, определяет методы сбора и актуализации данных, способы и виды представления, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать решение поставленных задач в соответствии с запланированными результатами контроля (УК 2.3) - применять информационные средства для решения профессиональных задач (ОПК 2.1) - определять методы сбора и актуализации данных для аудита маркетинговых проектов (ОПК 2.1) <p>Умения:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - управлять процессом аудита маркетинговой деятельности (УК 2.3) - планировать и проводить контроль и аудит маркетинговой деятельности в соответствии с поставленными задачами (УК 2.3) - информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговой деятельностью (ОПК 2.1) - проводить аудит и оценку эффективности хозяйственной деятельности, осуществлять контроль за ее реализацией (ОПК 2.1) - проводить аудит маркетинговых программ, стратегий для решения поставленных управленческих задач (ОПК 2.1) <p>Навыки/ трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование результатов аудита маркетинговой деятельности (УК 2.3) - навыками аудита маркетинговых программ и анализа внутренней и внешней бизнес-среды организации (ОПК 2.1)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Сущность проведения маркетингового аудита для управления системой маркетинга</p> <p>Тема 2. Нормативно-правовые основы аудита маркетинга проектов.</p> <p>Тема 3. Методическое обеспечение аудита маркетинговой деятельности.</p> <p>Тема 4. Основные аспекты стратегического аудита маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 5. Аудит инновационных проектов в маркетинговой деятельности организации</p> <p>Тема 6. Аудит эффективности маркетинговых проектов</p> <p>Тема 7. Основные результаты маркетингового аудита</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 5 семестр - зачет с оценкой</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 5 семестр – зачет с оценкой</p>
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономического анализа и аудита Бездольная Т.Ю.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление командой»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч.
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области лидерства и управления командой, представления о командной работе в организации; выработка системного представления об основных методах и подходах к управлению командой, необходимых для эффективной организации работы персонала организации.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.34 «Управление командой» входит базовую часть образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; <i>ОПК-3.3 - Компетентен выстраивать эффективные модели взаимодействия в профессиональной среде, в том числе в мультинациональном коллективе.</i>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - содержания командной работы (ОПК – 3.3); - методов и способов комплектования команды, распределения ролей и организации командной работы (ОПК – 3.3); - моделей взаимодействия между участниками команды и способов разрешения конфликтных ситуаций (ОПК – 3.3). Умения: - ставить цель и задачи для команды (ОПК – 3.3); - мотивировать и развивать участников командной деятельности (ОПК – 3.3); - оценивать эффективность командной работы (ОПК – 3.3). Навыки: - построения внутрикомандной ролевой структуры, распределения функций между участниками (ОПК – 3.3); - организации командной работы, в том числе генерация

	идей, совместное принятие решений (ОПК – 3.3); - развития участников команды и повышения эффективности деятельности (ОПК – 3.3).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Личность в организации: особенности поведения. Тема 2. Личность в организации: психологические характеристики, состояния и восприятие. Тема 3. Группы в организации: понятие, виды. Тема 4. Социализация личности и групповая сплоченность. Тема 5. Сущность и значение команды. Тема 6. Командная динамика и виды команд. Тема 7. Процесс командообразования. Тема 8. Управление проектными командами. Тема 9. Мотивация и развитие команды.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет
Автор:	к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Звягинцева О.С.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Самоменеджмент»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е.108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18 ч.</u>, практические (лабораторные) занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 72 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>14 ч.</u>, практические (лабораторные) занятия – 14 ч., самостоятельная работа – 80 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	заключается в получении студентами теоретических и практических знаний, навыков в области управления личным временем и карьерой, а также повышении собственной эффективности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.35 «Самоменеджмент» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные (УК): УК – 6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни УК-6.1 – Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2 – Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - Инструментов и методов управления базовыми ресурсами личности (УК-6.1) - Способы поиска, обобщения и творческого использования личного опыта человека в соответствии с задачами его саморазвития(УК-6.1) - Основные способы целеполагания и управления временем(УК-6.2)</p> <p>Умения: - Осуществлять выбор приоритетов деятельности (УК-6.1) - применять рефлексивные технологии и управлять своим состоянием (УК-6.1) - Оценивать свои планы и результаты деятельности, приобретаемый опыт (навыки рефлексии) (УК-6.2)</p> <p>Навыки:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Планирования времени (Тайм-менеджмент) (УК-6.1) - Формирования имиджа(УК-6.1) - Планирования целей (методика SMART-цели, «дерево целей») (УК-6.2)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Сущность и функции самоменеджмента.</p> <p>Тема 2. Значение самоменеджмента в профессиональной деятельности</p> <p>Тема 3. Управление ресурсом времени</p> <p>Тема 4. Методы управления своим временем</p> <p>Тема 5. Принципы и приемы организации времени</p> <p>Тема 6. Управление ресурсом активности и работоспособности</p> <p>Тема 7. Стресс-менеджмент и управление деловой карьерой</p> <p>Тема 8. Время руководителя и принципы его эффективного использования</p> <p>Тема 9. Рабочее место и информационное обеспечение работы менеджера</p> <p>Тема 10. Работоспособность и личный самоконтроль в деятельности менеджера</p> <p>Тема 11. Деловое общение руководителя</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения: 2 семестр – зачет</u></p> <p><u>Очно-заочная форма обучения: 2 семестр – зачет</u></p>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Запорожец Д.В.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организационное поведение»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е.108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч.
Цель изучения дисциплины	заключается в подготовке бакалавров к будущей профессиональной деятельности на основе освоения концептуальных основ структуры и содержания организационного поведения, а также формирования трудового коллектива (групповые и межличностные взаимоотношения, морально-психологический климат), а также разработки, обоснования и внедрения проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом и организации в целом, в том числе и в кризисных ситуациях.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.36 «Организационное поведение» относится к обязательной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории <i>ОПК-1.2</i> - Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки. ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; <i>ОПК-3.1</i> - Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2); - процесса описания проблемной ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления (ОПК-3.1).

	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2); - понимать процесс описания проблемной ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления (ОПК-3.1). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения и решения профессиональных задач, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2); - описания проблемных ситуаций деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления. (ОПК-3.1).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Сущность и содержание организационного поведения</p> <p>Тема 2. Теории поведения человека в организации</p> <p>Тема 3. Личность и организация</p> <p>Тема 4. Групповое поведение</p> <p>Тема 5. Мотивация деятельности в организации</p> <p>Тема 6. Власть и лидерство</p> <p>Тема 7. Корпоративная культура как регулятор поведения персонала в организации</p> <p>Тема 8. Коммуникации в организации</p> <p>Тема 9. Конфликтная среда в организации</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 4 семестр – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 4 семестр – зачет</p>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий Семко И.А.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологии продаж»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 10 ч., практические (лабораторные) занятия – 20 ч., самостоятельная работа – 76 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системы теоретических знаний, практических умений и навыков в области профессиональных продаж в рыночной среде, умений использования навыков личной продажи товаров и услуг
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.37 «Технологии продаж» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК) УК 10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности <i>УК-10.2</i> - Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК 1- Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; <i>ОПК – 1.2</i> - Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), методов контроля собственных экономических и финансовых рисков (УК-10.2); - порядка определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2); <p>Умения:</p>

	<p>- применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски (УК-10.2);</p> <p>- определять и решать профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2);</p> <p>Навыки:</p> <p>- применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков (УК-10.2);</p> <p>- определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность и содержание продаж Тема 2. Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж Тема 3. Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом Тема 4. Планирование и прогнозирование продаж Тема 5. Методы оценки эффективности продаж Тема 6. Техники и приемы продаж Тема 7. Технологии электронных продаж Тема 8. Современные технологии повышения эффективности продаж</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в специальность»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
<i>шифр</i>	направление подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий:	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., практические занятия – 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины «Введение в специальность» является приобретение знаний
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.О.38 «Введение в специальность» является дисциплиной обязательной части образовательной программы.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; УК – 6.2 - Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни;</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; ОПК - 1.1 - Использует знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - способов реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни (УК – 6.2); - экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК - 1.1);</p> <p>Умения: - реализовывать намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и</p>

	<p>требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни (УК – 6.2);</p> <p>- использовать знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК - 1.1);</p> <p>Навыки:</p> <p>- реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни (УК – 6.2);</p> <p>- использования знаний экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности (ОПК - 1.1);</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом. 2. Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности. 3. Место, роль и функции, маркетинговой службы в организации. 4. Профессиональные требования к специалистам маркетологам. 5. Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 2 семестр – зачет.</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Агаларова Е.Г.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Физическая культура и спорт»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 8 ч., практические (лабораторные) занятия – 4 ч., самостоятельная работа – 60 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 4 ч., практические (лабораторные) занятия – 4 ч., самостоятельная работа – 64 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование в структуре общего профессионального образования физической культуры личности студента, характеризующейся определенным уровнем специальных знаний и интеллектуальных способностей, приобретенных в результате воспитания, образования и воплощенных посредством компетенций (знаний, умений, навыков) в различные виды физкультурно-спортивной деятельности, культуру здорового образа жизни, физическое самосовершенствование, духовность и психофизическое здоровье.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.39 «Физическая культура и спорт» является дисциплиной обязательной части программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.2 - Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Научно-теоретические и методические основы физической культуры и здорового образа жизни; роль физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов (УК-7.2); психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности; средства физической культуры в регулировании работоспособности (УК-7.2)</p> <p>Умения: на творческом уровне использовать и применять методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7.2).</p> <p>Навыки:</p>

	<p>Навыками по составлению комплекса гимнастических упражнений общей и профессиональной направленности (УК-7.2).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов</p> <p>Тема 2. Всеобщая история физической культуры и спорта</p> <p>Тема 3. История физической культуры и спорта в России.</p> <p>Тема 4. Социально-биологические основы физической культуры.</p> <p>Тема 5. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья.</p> <p>Тема 6. Психофизические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности студента.</p> <p>Тема 7. Общая физическая и спортивная подготовка в системе физического воспитания.</p> <p>Тема 8. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.</p> <p>Тема 9. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.</p> <p>Тема 10. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.</p> <p>Тема 11. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов в вузах.</p> <p>Тема 12. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра и специалиста.</p> <p>Тема 13. Гигиена физического воспитания и спорта</p> <p>Тема 14. Лечебная физическая культура при различных отклонениях в здоровье.</p> <p>Тема 15. Спорт и допинг.</p> <p>Тема 16. Организация и проведение спортивных праздников и соревнований.</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 1, 3 –зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 1, 3 –зачет</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>Старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта Мирошник Д.Ю.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 328 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> практические (лабораторные) занятия – 162 ч., самостоятельная работа – 166 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> практические (лабораторные) занятия – 40ч., самостоятельная работа – 288 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование в структуре общего профессионального образования физической культуры личности студента, характеризующейся определенным уровнем специальных знаний и интеллектуальных способностей, приобретенных в результате воспитания, образования и воплощенных посредством компетенций (знаний, умений, навыков) в различные виды физкультурно-спортивной деятельности, культуру здорового образа жизни, физическое самосовершенствование, духовность и психофизической здоровье.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.40 «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является дисциплиной обязательной части программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Универсальные компетенции (УК): УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. <i>УК-7.1 - Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни</i></p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Научно-теоретические и методические основы физической культуры и здорового образа жизни; роль физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов; психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности; средства физической культуры в регулировании работоспособности (УК-7.1).</p> <p>Умения: на творческом уровне использовать и применять методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7.1).</p> <p>Навыки</p>

	Навыками по составлению комплекса гимнастических упражнений общей и профессиональной направленности (УК-7.1).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	ОФП, Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, легкая атлетика, баскетбол, волейбол, настольный теннис, футбол, гимнастика, атлетическая гимнастика, вольная борьба, фитнес-аэробика, туризм.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 1,2,3,4 –зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 1,2,3,4 - зачет
Автор(ы):	Старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта Мирошник Д.Ю.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Цифровые сервисы в маркетинге»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е., 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в т.ч. практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в т.ч. практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в т.ч. практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч., в т.ч. практическая подготовка - 74 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины «Цифровые сервисы в маркетинге» является формирование у студентов комплекса компетенций по использованию цифровых сервисов в маркетинге при продвижении товара/услуги/бренда, в социальных сетях.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.01 «Цифровые сервисы в маркетинге» входит в базовую часть формируемую участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК - 2. Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос. ПК-2.2 - Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках.</p> <p>ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг). ПК-4.1 - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции. ПК-4.2 - Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации.</p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания: Цифровые сервисы, применяемые при прогнозировании потребительского спроса на продукцию (ПК-2.2) Цифровые сервисы, применяемые при продвижении продукта (ПК-4.1) Цифровые сервисы, используемые при выстраивании лояльности к бренду организации (ПЕ-4.2)</p> <p>Умения: Использовать цифровые сервисы при прогнозировании потребительского спроса на продукцию (ПК-2.2) Подбирать и настраивать цифровые сервисы при продвижении продукта (ПК-4.1) Подбирать и настраивать цифровые сервисы при выстраивании лояльности к бренду организации (ПК-4.2)</p> <p>Навыки: Применения цифровых сервисов при прогнозировании потребительского спроса на продукцию (ПК-2.2) Настраивать и запускать цифровые сервисы при продвижении продукта (ПК-4.1) Настраивать и запускать цифровые сервисы при выстраивании лояльности к бренду организации (ПК-4.2)</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Введение в цифровой маркетинг. Тема 2. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Тема 3. Области и стратегии применения цифрового маркетинга. Тема 4. Сайт как инструмент цифрового маркетинга. Тема 5. CRM и социальные сети. Тема 6. Интернет мониторинг и интернет-аналитика.</p>
<p>Форма контроля -</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет.</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н. Гунько Ю.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Стратегический маркетинг»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е., 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические занятия – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в т.ч. практическая подготовка - 54 ч., контроль - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., в в т.ч. практическая подготовка – 14 ч., практические занятия – 30 ч., в т.ч. практическая подготовка - 30 ч., самостоятельная работа – 64 ч., в т.ч. практическая подготовка - 64 ч., контроль - 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование знаний и практических навыков в области стратегического маркетинга, необходимых для принятия эффективных управленческих решений на рынке товаров и услуг
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.02 «Стратегический маркетинг» входит в базовую часть формируемую участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК – 2. Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос. <i>ПК-2.1</i> - Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг); <i>ПК-2.2</i> - Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках;</p> <p>ПК - 3. Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации. <i>ПК-3.1</i> - Формирует комплекс маркетинга организации.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - методов изучения потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); - методов прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - подходов к формированию комплекса маркетинга организации (ПК-3.1);</p> <p>Умения: - исследовать потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); - прогнозировать потребительский спрос на целевых рынках</p>

	(ПК-2.2); - формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1); Навыки: - исследования потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); - прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Модели стратегического поведения предприятия на рынке товаров и услуг. Тема 2. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия. Тема 3. Стратегический подход к сегментации рынка товаров и услуг. Тема 4. Разработка плана маркетинга предприятия. Тема 5. Маркетинговые метрики оценки эффективности стратегии предприятия.
Форма контроля -	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 8 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 8 – экзамен.
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Агаларова Е.Г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Рекламное дело»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка - 24., самостоятельная работа – 72 ч., в том числе практическая подготовка – 72 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области рекламного дела, практических навыков решения проблем организации рекламы товаров и услуг предприятий и организаций
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.03 «Рекламное дело» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-3 -Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности ПК-4 Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Основ разработки и анализа показателей эффективности рекламной стратегии (ПК-3.2); Способов организации рекламных мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p> <p>Умения: Разрабатывать рекламную стратегию и анализировать показатели ее эффективности (ПК-3.2); Организовать рекламные мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: Основ разработки и анализа показателей эффективности рекламной стратегии (ПК-3.2); Организации рекламных мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p>

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	1. История возникновения и место рекламы в системе маркетинга. 2. Регулирование рекламной деятельности. 3. Современные особенности развития рекламы. 4. Виды и средства распространения рекламы. 5. Рекламное обращение. 6. Деятельность рекламных служб. 7. Планирование рекламной кампании.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет.
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Антонова И.Ю.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Логистика сбыта и распределения»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е.144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - <u>54</u> ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч. практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - <u>22</u> ч., самостоятельная работа – 74 ч., в том числе практическая подготовка - <u>74</u> ч., контроль 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Формирование готовности будущего специалиста использовать современный инструментарий логистики в управлении распределением и сбытом организациями, предприятиями, объединениями различных отраслей экономики.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.04 «Логистика сбыта и распределения» относится к части образовательной программы формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-2 - Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос</p> <p><i>ПК-2.2</i> - Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках.</p> <p>ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг)</p> <p><i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесса прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - процедуры организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать потребительский спрос на целевых рынках (ПК-2.2); - проводить процедуру организации мероприятий,

	<p>способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1).</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Методологические основы логистики</p> <p>Тема 2. Логистические системы</p> <p>Тема 3. Сбытовая логистика</p> <p>Тема 4. Распределительная логистика</p> <p>Тема 5. Транспортная логистика</p> <p>Тема 6. Логистика запасов</p> <p>Тема 7. Логистика складирования</p> <p>Тема 8. Инфраструктура логистики</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен.</p>
Автор:	<p>к.э.н., доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, Семко И.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Интернет-маркетинг»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е., 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в в т.ч. практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в т.ч. практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч., в т.ч. практическая подготовка -74 ч., контроль 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у студентов комплекса компетенций по использованию инструментов интернет-маркетинга при продвижении товара/услуги/бренда, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста предприятия, за счет повышения его узнаваемости и увеличения продаж в интернет среде.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.05 «Интернет-маркетинг» входит базовую часть формируемую участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК – 1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности.</p> <p>ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет.</p> <p>ПК - 3. Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации.</p> <p>ПК-3.2 - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности.</p> <p>ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг).</p> <p>ПК-4.2 - Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы проведения исследований в интернете (ПК-1.2), - методики отстройки от конкурента (ПК 1.2), - основы бюджетирования в интернет-маркетинге (ПК-3.2). - копирайтинг (ПК-3.2), - основы веб-аналитики (ПК-3.2),

	<ul style="list-style-type: none"> - основы юзабилити (ПК-3.2), - особенности работы с социальными медиа (ПК-3.2), - каналы маркетинговых коммуникаций в интернете (ПК-4.2), - основы деловой коммуникации (ПК-4.2), - способы продвижения в интернет среде (ПК 4.2). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование и отстраиваться от конкурентов по методикам POP и POD (ПК-1.2), - проводить SWOT-анализ своего продукта (ПК-1.2), - выявлять потребности потребителей, характеристики целевой группы (ПК-1.2), - анализировать информация для построения стратегии (ПК-3.2), - разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ (ПК-3.2), - выполнять подбор площадок для продвижения (ПК-4.2). - выполнять подбор инструментов интернет-маркетинга для продвижения своего продукта (ПК-4.2). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать аналитической записки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля (ПК-1.2), - формировать стратегии продвижения в интернет среде (ПК-3.2), - формировать технические задания для программистов, копирайтеров, дизайнеров (ПК-4.2),
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Основы интернет-маркетинга. Тема 2. Целевая аудитория. Тема 3. Анализ конкурентов и УТП. Тема 4. Основы веб-аналитики Тема 5. Разработка стратегии интернет-маркетинга. Тема 6. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. Тема 7. Контент-маркетинг и оценка его эффективности Тема 8. E-mail маркетинг Тема 9. Инструменты интернет-маркетинга</p>
<p>Форма контроля -</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен, курсовая работа. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – экзамен, курсовая работа.</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н. Гунько Ю.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в социальных сетях»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е., 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в т.ч. практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в т.ч. практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в т.ч. практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч., в т.ч. практическая подготовка - 74 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины «Маркетинг в социальных сетях» является формирование у студентов комплекса компетенций по использованию инструментов интернет-маркетинга при продвижении товара/услуги/бренда, в социальных сетях.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.06 «Маркетинг в социальных сетях» входит в базовую часть входит в базовую часть формируемую участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК – 1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности. <i>ПК-1.2</i> - Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет.</p> <p>ПК - 3. Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации. <i>ПК-3.1</i> - Формирует комплекс маркетинга организации.</p> <p>ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг). <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы проведения исследований в социальных сетях (ПК-1.2); - методики отстройки от конкурента в социальных сетях (ПК 1.2); - копирайтинг (ПК-3.1); - основы веб-аналитики (ПК-3.1); - основы юзабилити (ПК-3.1); - особенности работы с социальными медиа (ПК-3.1);

	<ul style="list-style-type: none"> - каналы маркетинговых коммуникаций в социальных сетях (ПК-4.1); - основы деловой коммуникации в социальных сетях (ПК-4.1); - основы бюджетирования маркетинговой стратегии в социальных сетях (ПК-4.1). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование и отстраиваться от конкурентов в социальных сетях (ПК-1.2); - проводить SWOT-анализ своего продукта (ПК-1.2); - выявлять потребности потребителей, характеристики целевой группы в социальных сетях (ПК-1.2); - анализировать информация для построения стратегии продвижения в социальных сетях (ПК-3.1); - разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ (ПК-3.1); - выполнять подбор инструментов для продвижения своего продукта в социальных сетях (ПК-4.1). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать аналитической записки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля в социальных сетях (ПК-1.2); - формировать стратегию продвижения в социальных сетях (ПК-3.1); - работать в рекламных кабинетах социальных сетей (ПК-4.1)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях. Тема 2. Целевая аудитория. Тема 3. Анализ конкурентов и УТП. Тема 4. Разработка стратегии в социальных сетях. Тема 5. Контент-маркетинг и оценка его эффективности в социальных сетях. Тема 6. Инструменты продвижения продукта в социальных сетях</p>
<p>Форма контроля -</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет.</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н. Гунько Ю.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в отраслях»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч., контроль 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., в том числе практическая подготовка - 14 ч., практические (лабораторные) занятия – 30 ч., в том числе практическая подготовка - 30 ч., самостоятельная работа – 64 ч., в том числе практическая подготовка – 64 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системы теоретических знаний, практических умений и навыков в области маркетинга с учетом особенностей различных отраслей и сфер деятельности
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.07 «Маркетинг в отраслях» является дисциплиной части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-2.2 Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках</p> <p>ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - порядок формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать потребительский спрос на целевых рынках (ПК-2.2); - формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2); - формирования комплекс маркетинга организации (ПК-3.1).
Краткая характеристика	Тема 1. Отраслевая специфика современного маркетинга

учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 2. Промышленный маркетинг Тема 3. Маркетинг в агробизнесе Тема 4. Маркетинг в сфере услуг Тема 5. Банковский маркетинг Тема 6. Маркетинг в страховании Тема 7. Маркетинг в строительстве Тема 8. Маркетинг гостиничного хозяйства Тема 9. Маркетинг в туризме
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> 7 семестр – экзамен <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 7 семестр – экзамен
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономика маркетинга»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка - 18 ч., практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе, практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе, практическая подготовка - 12 ч., практические занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч, в том числе, практическая подготовка - 74 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение теоретическими знаниями экономических основ маркетинговых измерений, умениями и навыками применения системы стратегических, тактических и операционных показателей для оценки и планирования с целью обоснования управленческих решений и повышения эффективности маркетинговой деятельности организации.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.08 «Экономика маркетинга» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции: ПК - 3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК - 3.1</i> - Формирует комплекс маркетинга организации <i>ПК - 3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности ПК - 4 Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК 4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способов формирования комплекса маркетинга и системы показателей оценки его эффективности (ПК - 3.1); - методов разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и проведения маркетинговых измерений ее эффективности (ПК - 3.2); - подходов к разработке мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции, и системы показателей для оценки эффективности их реализации с использованием

	<p>системы стратегических, тактических и операционных показателей (ПК – 4.1).</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать комплекс маркетинга и оценивать его эффективность для организации (ПК - 3.1); - разрабатывать стратегию продвижения товаров (услуг) и проводить маркетинговые измерения ее эффективности (ПК - 3.2); - организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции, и проводить маркетинговые измерения их эффективности с использованием системы стратегических, тактических и операционных показателей (ПК – 4.3). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирования комплекса маркетинга и оценки его эффективность для организации (ПК - 3.1); - разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и проведения маркетинговых измерений ее эффективности (ПК - 3.2); - организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции и проведения маркетинговых измерений их эффективности с использованием системы стратегических, тактических и операционных показателей (ПК – 4.3).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Экономические основы маркетинговых измерений в организации.</p> <p>Тема 2. Принципы маркетинга, основанного на данных, и система показателей для маркетинговых измерений.</p> <p>Тема 3. Основные нефинансовые показатели оценки результативности маркетинговой деятельности.</p> <p>Тема 4. Финансово-экономические показатели эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Тема 5. Показатели для интернет-маркетинга.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет</p>
Авторы:	<p>Чередниченко О.А., к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационные технологии в маркетинге»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., в практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., в практические занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка – 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч., в том числе практическая подготовка – 74 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Формирование системных основ использования современных информационных технологий будущими специалистами в предметной области маркетинга; формирование умений осознано применять инструментальные средства информационных технологий для решения задач в профессиональной сфере деятельности
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.В.09 «Информационные технологии в маркетинге» является дисциплиной по выбору, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации ПК-3.2 Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности</p> <p>ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг) ПК-4.1. Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационной стратегии решения проблемной ситуации в маркетинге на основе системного и междисциплинарных подходов (ПК-3.2); - особенностей информационных технологий для решения маркетинговых задач (ПК-4.1); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использовать информационные и компьютерные технологии при анализе маркетинговых стратегий (ПК-3.2); - работать с информационными базами данных при организации продвижения товаров (ПК-4.1)

	<p>Навыки и/или трудовые действия: -применения на практике системных программных продуктов и пакетов прикладных программ в маркетинге (ПК-3.2); применения информационных технологий визуального проектирования в области профессиональной деятельности (ПК-4.1)</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Раздел 1. Информационные технологии и коммуникационные процессы в маркетинге Раздел 2. ИТ в решении задач профессиональной направленности Раздел 3. Информационные технологии визуального проектирования в области маркетинговой стратегии</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 6 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 6 семестр – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>профессор кафедры информационных систем, д.э.н. профессор Шуваев А.В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговая политика»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 з.е. 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч., контроль - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка - 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч, в том числе практическая подготовка – 72 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	является получение знаний, формирование умений и навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых действий, необходимых для участия в разработке маркетинговой стратегии организаций, планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.10 «Маркетинговая политика» является дисциплиной части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК -3.1</i> - Формирует комплекс маркетинга организации; <i>ПК – 3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности;</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - подходов к формированию комплекса маркетинга организации (ПК-3.1); - методов разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и анализа показатели ее эффективности (ПК-3.2);</p> <p>Умения: - формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1); - разрабатывать стратегии продвижения товаров (услуг) и анализировать показатели ее эффективности (ПК-3.2);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: - формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1);</p>

	- разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и анализа показателей ее эффективности (ПК-3.2);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Анализ маркетинговой среды. Тема 2. Товарная политика в маркетинге. Тема 3. Политика цен в маркетинге. Тема 4. Политика распределения товара. Тема 5. Коммуникативная политика. Тема 6. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Тема 7. Создание службы маркетинга на предприятии.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> 5 семестр – экзамен, курсовая работа <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 5 семестр – экзамен, курсовая работа
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Е.Г. Агаларова

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Конкурентный анализ»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч, в том числе практическая подготовка – 74 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение знаниями, умениями и навыками области теории конкуренции, механизма регулирования рыночной экономики, методов конкурентного анализа, стратегий конкурентной борьбы, ознакомление с общими принципами формирования систем оценки конкурентоспособности организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.11 «Конкурентный анализ» является дисциплиной части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК 1 Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации</p> <p>ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретических основ проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); - теоретических основ проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1); - анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения исследований и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1);

	- анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ Тема 2. Виды конкурентных стратегий организации Тема 3. Понятие конкурентного анализа и его этапы Тема 4. Методы конкурентного анализа Тема 5. Анализ отрасли и конкурентной ситуации Тема 6. Особенности проведения конкурентного анализа сети интернет. Тема 7. Модели конкурентного позиционирования. Тема 8. Управление конкурентоспособностью организации.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет
Автор:	доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., Рыбасова Ю. В.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Международный маркетинг»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 ЗЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., в том числе практическая подготовка - 14 ч., практические (лабораторные) занятия – 30 ч., в том числе практическая подготовка - 30 ч., самостоятельная работа – 64 ч., в том числе практическая подготовка – 64 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области международного маркетинга и практических навыков применения маркетинговых инструментов при ведении международного бизнеса.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.12 «Международный маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК 1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК-1.1</i> - Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации;</p> <p>ПК 3. Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.1</i> - Формирует комплекс маркетинга организации;</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - способы проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); - подходов к формированию комплекса маркетинга организации (ПК-3.1);</p> <p>Умения: - проводить исследования и анализ маркетинговой среды организации (ПК-1.1); - формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: - проведения исследований и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); - формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1);</p>

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Сущность, принципы, задачи международного маркетинга.</p> <p>Тема 2. Международная маркетинговая среда и маркетинговые исследования международных рынков.</p> <p>Тема 3. Товарная политика в системе международного маркетинга.</p> <p>Тема 4. Ценовая политика в международном маркетинге.</p> <p>Тема 5. Товародвижение на международном рынке.</p> <p>Тема 6. Коммуникационная политика в международном маркетинге.</p> <p>Тема 7. Конкуренция и конкурентоспособность фирмы на международном рынке.</p> <p>Тема 8. Стратегии международного маркетинга.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения</u>: семестр 7 – зачет.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения</u>: семестр 8 – зачет.</p>
Автор(ы):	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Агаларова Е.Г.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг событий и выставочная деятельность»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч., контроль 0 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 10 ч., в том числе практическая подготовка - 10 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 76 ч, в том числе практическая подготовка – 76 ч., контроль – 0 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение знаниями, умениями и навыками области общих принципов событийного маркетинга и выставочной деятельности, а также практическим навыкам организации культурных событий, участия в выставках и ярмарках
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.13 «Маркетинг событий и выставочная деятельность» является дисциплиной части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК 3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации</p> <p><i>ПК-3.2 - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности</i></p> <p>ПК 4 -Способен организовать продвижение товаров (услуг)</p> <p><i>ПК – 4.2 - Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации</i></p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретических основ разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и анализа показатели ее эффективности (ПК-3.2); - теоретических основ формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию продвижения товаров (услуг) и

	<p>анализировать показатели ее эффективности (ПК-3.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать программу лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и анализа показатели ее эффективности (ПК-3.1); - формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Индустрия развлечений, массовых и корпоративных мероприятий</p> <p>Тема 2. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий</p> <p>Тема 3. Продвижение мероприятия: реклама, PR и другие инструменты маркетинга</p> <p>Тема 4. Финансирование и оценка результатов мероприятий событийного маркетинга</p> <p>Тема 5. История возникновения, становления и развития выставок в России</p> <p>Тема 6. Организация участия в выставочной деятельности</p> <p>Тема 7. Экономические аспекты выставочной деятельности</p> <p>Тема 8. Выставочная площадь: выбор и оформление стенда, экспонаты</p> <p>Тема 9. Анализ результатов участия в выставке</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет</p>
Автор:	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Брендинг»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка – 54 ч., контроль – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 10 ч., в том числе практическая подготовка - 10 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 112 ч, в том числе практическая подготовка – 112 ч.
Цель изучения дисциплины	формирование теоретических знаний о брендинге и получение практических навыков, связанных с процессом создания и управления брендом.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.14 «Брендинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК): ПК 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции; <i>ПК-4.2</i> - Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - основы организации мероприятий способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1); - подходов к формированию программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2); Умения: - организовать мероприятия способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1); - формировать программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2); Навыки и/или трудовые действия: - организации мероприятий способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1); - формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Брендинг и роль брендов в деятельности компании. Тема 2. Типология брендов. Тема 3. Особенности брендинга на различных рынках. Тема 4. Стратегический анализ бренда.

	Тема 5. Идентичность бренда и формирование его атрибутов. Тема 6. Разработка моделей брендов. Тема 7. Бренд-коммуникации. Тема 8. Бренд-менеджмент. Тема 9. Оценка эффективности брендинга.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения</u> : семестр 8 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения</u> : семестр 9 – экзамен.
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Агаларова Е.Г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговые исследования»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 26 ч., в том числе практическая подготовка - 26 ч., самостоятельная работа – 70 ч, в том числе практическая подготовка – 70 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области маркетинговых исследований, практических навыков решения проблем организации маркетинговых исследований и мониторинга маркетинговой среды в отраслях, производящих товары и оказывающих услуги.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.15 «Маркетинговые исследования» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК 1 Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК-1.1</i> Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации <i>ПК-1.2</i> Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет ПК-2 Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос <i>ПК-2.1</i> Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) <i>ПК-2.2</i> Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Основы проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); Подходов к анализу деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); Методов изучения потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); Способов прогнозирования потребительского спроса на</p>

	<p>целевых рынках (ПК-2.2);</p> <p>Умения:</p> <p>Проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1);</p> <p>Анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2);</p> <p>Исследовать потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1);</p> <p>Прогнозировать потребительский спрос на целевых рынках (ПК-2.2);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>Проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1);</p> <p>Анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2);</p> <p>Исследования потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1);</p> <p>Прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2);</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Введение в маркетинговые исследования.</p> <p>Тема 2. Виды и источники маркетинговой информации.</p> <p>Тема 3. Формы и методы проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Тема 4. Процесс маркетинговых исследований.</p> <p>Тема 5. Сегментация рынка.</p> <p>Тема 6. Организация маркетинговых исследований на предприятии.</p> <p>Тема 7. Конъюнктурный анализ рынка.</p> <p>Тема 8. Конкурентный анализ рынка.</p> <p>Тема 9. Стратегический анализ рынка.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения</u>: семестр 4 – экзамен.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения</u>: семестр 4 – экзамен.</p>
Автор(ы):	доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., Е.Г. Агаларова

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Поведение потребителей»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., контроль – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка - 24., самостоятельная работа – 72 ч, в том числе практическая подготовка – 72 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области поведения потребителей, практических навыков проведения исследований поведения потребителей, потребительского спроса и формирования программы лояльности потребителей к бренду организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.16 «Поведение потребителей» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-1 - Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК-1.1-</i> Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации ПК-2- Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос <i>ПК-2.1</i> - Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК-4.2</i> - Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Методов проведения исследования поведения потребителей (ПК-1.1); Методов изучения потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); Основ формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2);</p> <p>Умения:</p>

	<p>Проводить исследование поведения потребителей (ПК-1.1); Изучать потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); Формировать программу лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.1);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: Проведения исследования поведения потребителей (ПК-1.1); Изучения потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) (ПК-2.1); Формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.1);</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Раздел 1. Психологические аспекты теории мотивации Тема 1.1 Понятие потребительского поведения Тема 1.2 Психология потребности и мотивации Тема 1.3 Теории содержания мотивации Раздел 2. Факторы, формирующие потребительское поведение Тема 2.1 Роль психологических факторов в формировании модели потребительского поведения Тема 2.2 Социальные факторы формирования потребительского поведения Тема 2.3 Культура и субкультура, их влияние на потребительское поведение Тема 2.4 Личностные факторы и их роль в формировании потребительского поведения человека Тема 2.5 Роль экономических факторов в формировании потребительского поведения и потребительского выбора Раздел 3. Механизм потребительского поведения и его моделирование Тема 3.1 Процесс принятия решения о покупке Тема 3.2 Особенности потребительского поведения организаций (предприятий) Тема 3.3 Моделирование поведения потребителей</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – экзамен.</p>
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики МеждунАнтонова И.Ю.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Инновационный маркетинг»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 23ЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические занятия – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции –10 ч., в т.ч. практическая подготовка - 10 ч., практические занятия – 10 ч., в т.ч. практическая подготовка - 10 ч., самостоятельная работа – 52 ч., в т.ч. практическая подготовка - 52 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на умение осуществлять прогноз потребительского спроса на целевых рынках
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.17 «Инновационный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК) ПК-2 Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос ПК-2.2 Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Порядка проведения прогноза потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2).</p> <p>Умения: Проводить прогноз потребительский спрос на целевых рынках (ПК-2.2).</p> <p>Трудовые действия: Применения составленного прогноза потребительского спроса на целевых рынках (ПК-2.2).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг и инновационная деятельность 2. Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара 3. Маркетинговый комплекс товара-нововведения 4. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок 5. Ценообразование на новую продукцию 6. Реклама инноваций 7. Маркетинг технологии 8. Новые методы продвижения товаров и услуг:

	интеллектуальные и социальные сети 9. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 8 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 9 – зачет
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Казарова А.Я.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Рынки потребительских товаров»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч, контроль – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., в том числе практическая подготовка – 14 ч. практические (лабораторные) занятия – 30 ч., в том числе практическая подготовка – 30 ч., самостоятельная работа – 64 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины Б1.В.18 «Рынки потребительских товаров» состоит в приобретении студентами знаний о закономерностях формирования и развития рынков потребительских товаров в современных условиях, принципах поведения коммерческих организаций на данных рынках, а также возможности и необходимости государственного регулирования рынков потребительских товаров.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.18 «Ценообразование в маркетинге» относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК- 1.1</i> Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации ПК- 2. Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос <i>ПК - 2.1</i> Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг)</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: – теоретические и практические основы исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1) – основы исследования, выявления и удовлетворения потребностей покупателей потребительских товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1) Умения: – проводить исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)</p>

	<p>– выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, прогнозировать спрос потребителей, анализировать информацию о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>– проведения исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)</p> <p>– выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1)</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1 – Рынки потребительских товаров: предмет, методы, основные категории дисциплины.</p> <p>Тема 2 – Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны.</p> <p>Тема 3 – Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров</p> <p>Тема 4 – Выявление потребностей покупателей и прогнозирование спроса на рынках сбыта потребительских товаров</p> <p>Тема 5 – Информационное обеспечение рынка потребительских товаров</p> <p>Тема 6 - Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров</p> <p>Тема 7 – Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок</p> <p>Тема 8 – Стратегическое поведение фирм на рынках потребительских товаров</p> <p>Тема 9 – Научные исследования для анализа рынков потребительских товаров</p> <p>Тема 10 – Государственное регулирование рынков потребительских товаров</p> <p>Тема 11 – Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – экзамен, курсовая работа.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 7 – экзамен, курсовая работа.</p>
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Косинова Е.А.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Ценообразование в маркетинге»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч, <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 24 ч., в том числе практическая подготовка – 24 ч. практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка – 24 ч., самостоятельная работа – 96 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины Б1.В.19 «Ценообразование в маркетинге» состоит в приобретении студентами знаний о теории и практике формирования цен в маркетинге, влиянии факторов на процесс установления цен в маркетинге, а также развитие навыков использования методов ценообразования при обосновании цен на продукцию, услуги в различных сферах деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.19 «Ценообразование в маркетинге» относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК- 3.1 - Формирует комплекс маркетинга организации</i> ПК- 4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК - 4.1 - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</i></p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: – теоретические основы ценообразования как составляющей комплекса маркетинга и практические основы анализа, оценки и разработки стратегий ценообразования, оценки эффективности их реализации для целей маркетинга (ПК- 3.1) – основы сбора, обработки и оценки ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)</p> <p>Умения:</p>

	<p>– анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии ценообразования, оценивать их эффективность для целей маркетинга (ПК- 3.1)</p> <p>– осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия:</p> <p>– проведения анализа, оценки и разработки стратегий ценообразования, оценки их эффективность для целей маркетинга (ПК- 3.1)</p> <p>– осуществления сбора, хранения, обработки и оценки ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1 - Ценообразование как составляющая комплекса маркетинга.</p> <p>Тема 2 - Система цен в экономике.</p> <p>Тема 3 - Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.</p> <p>Тема 4- Состав и структура цены.</p> <p>Тема 5- Методы ценообразования в деятельности.</p> <p>Тема 6 – Стратегии и тактики ценообразования организаций</p> <p>Тема 7- Ценовая политика торговых организаций.</p> <p>Тема 8 - Влияние рыночных факторов на ценообразование.</p> <p>Тема 9- Государственное регулирование цен.</p> <p>Тема 10- Особенности ценообразования на отраслевых рынках.</p> <p>Тема 11 – Особенности ценообразования во внешнеэкономической торговле.</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет с оценкой.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – зачет с оценкой.</p>
Автор(ы):	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Косинова Е.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление конкурентоспособностью организации»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е.72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка – <u>18</u> ч. практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., самостоятельная работа – <u>36</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч.</p> <p><u>Очно - заочная форма обучения:</u> лекции – <u>14</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>14</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>14</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>14</u> ч., самостоятельная работа – <u>44</u> ч., в том числе практическая подготовка – <u>44</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	является овладение обучающимися теоретическими знаниями и практическими навыками формирования, оценки и управления конкурентоспособностью организации с целью обеспечения устойчивой позиции организации на рынке, создания жизнеспособных бизнес-моделей.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б.1.В.20 «Управление конкурентоспособностью организации» входит в базовую часть образовательной программы
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК – 1.2. Анализирует деятельность конкурентов, в том числе в сети интернет; ПК – 3.1. Формирует комплекс маркетинга организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ анализа деятельности конкурентов используя инструменты интернет-маркетинга (ПК-1.2); - основ комплекса маркетинга организации (ПК-3.1). <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ деятельности конкурентов, в том числе в сети интернет (ПК-1.2); - использовать комплекс маркетинга в управлении конкурентоспособностью организации (ПК-3.1). <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - практического использования анализа деятельности конкурентов, в том числе в сети интернет (ПК-1.2); - использования основ комплекса маркетинга организации (ПК-3.1).

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Введение в дисциплину. Методологические основы управления конкурентоспособностью организации. Тема 2. Особенности конкурентоспособности в отраслевом и международном бизнесе. Тема 3. Комплекс маркетинга в системе управления конкурентоспособностью организации. Конкурентные преимущества организации. Тема 4. Методика оценки конкурентоспособности товара/услуги. Тема 5. Методика оценки конкурентоспособности организации. Тема 6. Функциональные аспекты управления конкурентоспособностью организации. Тема 7. Практические аспекты управления конкурентоспособностью организации. Тема 8. Инструменты интернет-маркетинга при анализе деятельности конкурентов. Тема 9. Теоретические и практические основы формирования и применения конкурентных стратегий в управлении организацией.</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – зачет <u>Очно -заочная форма обучения:</u> семестр 8 – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., доцент Айдинова А.Т.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговые коммуникации»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 5 ЗЕТ, 180 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч. практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч., самостоятельная работа – 72 ч., контроль – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 72 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 30 ч., в том числе практическая подготовка - 30 ч., практические (лабораторные) занятия – 30 ч., в том числе практическая подготовка - 30 ч., самостоятельная работа – 84 ч, в том числе практическая подготовка – 84 ч., контроль – 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области маркетинговых коммуникаций, практических навыков решения проблем организации продвижения товаров и услуг предприятий и организаций
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.21 «Маркетинговые коммуникации» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Основ разработки и анализа показателей эффективности стратегии продвижения товаров и услуг (ПК-3.2); Способов организации мероприятий маркетинговых коммуникаций, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p> <p>Умения: Разрабатывать стратегию продвижения товаров (услуг) и анализировать показатели ее эффективности (ПК-3.2); Организовать мероприятия маркетинговых коммуникаций, способствующие увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p>

	<p>Навыки и/или трудовые действия: Основ разработки и анализа показателей эффективности стратегии продвижения товаров и услуг (ПК-3.2); Организации мероприятий маркетинговых коммуникаций, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Маркетинговые коммуникации как элемент комплекса маркетинга. Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Тема 3. Прямой маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций. Тема 4. Паблик рилейшнз как средство маркетинговых коммуникаций. Тема 5. Значение стимулирования сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Тема 6. Понятие брендинга как элемента маркетинговых коммуникаций. Тема 7. Влияние спонсорства на систему маркетинговых коммуникаций. Тема 8. Роль выставок и ярмарок в маркетинговых коммуникациях.</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 7 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 8 – экзамен.</p>
<p>Автор(ы):</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., И.Ю. Антонова</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Методы стимулирования продаж»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., практические занятия – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., самостоятельная работа – <u>36</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., практические занятия – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., самостоятельная работа – <u>48</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>48</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.22 «Методы стимулирования продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК) ПК-4 Способен организовать продвижение товаров (услуг)</p> <p><i>ПК-4.1</i> Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1)</p> <p>Умения: Организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции (ПК-4.1)</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: Организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1)</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стимулирование продаж как инструмент коммуникационной политики маркетинга 2. Основы понятия стимулирования продаж 3. Методы стимулирования продаж 4. Ценовые методы стимулирования продаж 5. Неценовые методы стимулирования продаж 6. Средства коммуникации для стимулирования продаж 7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж 8. Мероприятия прямого воздействия с покупателем 9. Оценка эффективности стимулирования продаж

Форма контроля	<u>Очная форма обучения: семестр <u> 6 </u> – зачет</u> <u>Очно-заочная форма обучения: семестр <u> 6 </u> – зачет</u>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Казарова А.Я.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 ЗЕТ, 144 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические занятия – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в т.ч. практическая подготовка - 54 ч., контроль - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в в т.ч. практическая подготовка – 12 ч., практические занятия – 24 ч., в т.ч. практическая подготовка - 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., в т.ч. практическая подготовка - 72 ч., контроль - 36 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	получение теоретических знаний в области маркетинговых исследований, практических навыков решения проблем организации маркетинговых исследований и мониторинга маркетинговой среды в отраслях, производящих товары и оказывающих услуги.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.23 «Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК): ПК 3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности; ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг) <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: - способов разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и методов анализа показателей ее эффективности (ПК-3.2); - подходов к организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p> <p>Умения: - разрабатывать стратегии продвижения товаров (услуг) и анализировать показатели ее эффективности (ПК-3.2); - организовать мероприятия, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);</p> <p>Навыки и/или трудовые действия: - разработки стратегии продвижения товаров (услуг) и анализа показателей ее эффективности (ПК-3.2);</p>

	- организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Введение в дисциплину. Тема 2. Теоретические аспекты развития цифровой торговли. Тема 3. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. Тема 4. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент. Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле. Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли.
Форма контроля	<u>Очная форма обучения</u> : семестр 4 – экзамен. <u>Очно-заочная форма обучения</u> : семестр 4 – экзамен.
Автор(ы):	доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н., Е.Г. Агаларова

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в АПК»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет _____ 3 _____ ЗЕТ, ___ 108 ___ час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	Очная форма обучения: лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., практические занятия – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., самостоятельная работа – <u>72</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>72</u> ч. Очно-заочная форма обучения: лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., практические занятия – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., самостоятельная работа – <u>84</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>84</u> ч.
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на умение проводить исследования и анализировать маркетинговую среду организации, а также формировать комплекс маркетинга организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.24 «Маркетинг в АПК» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК) ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК-1.1</i> Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.1</i> Формирует комплекс маркетинга организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: Порядка проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1). Умения: Проводить исследования и анализ маркетинговой среды организации (ПК-1.1); Формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1). Навыки /трудовые действия: Применение на практике результатов проведенного исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); Формирование комплекса маркетинга организации (ПК-3.1).
Краткая характеристика	1. Развитие маркетинга: основные этапы, виды и концепции

учебной дисциплины (основные разделы и темы)	2. Особенности развития маркетинга в АПК 3. Организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК 4. Рыночные каналы сбыта сельскохозяйственной продукции 5. Маркетинговые стратегии в агросфере 6. Система агромаркетинговой информации 7. Ценовой маркетинг в агробизнесе 8. Сбытовой маркетинг в агробизнесе 9. Интернет-технологии в маркетинговой деятельности предприятий АПК
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3– зачет
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Казарова А.Я.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория конкуренции»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч., в том числе практическая подготовка - 48 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» является формирование системы знаний о факторах и условиях развития конкурентной рыночной среды, сущности конкуренции как системообразующего элемента рыночной экономики, природе конкуренции, ее движущих силах, видах, формах в бизнес-среде, развития навыков конкурентного анализа рынков, определения конкурентоспособности фирмы, товара, отрасли, региона, страны для решения задач профессиональной деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <p>ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации</p> <p>ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет</p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основных направлений и ключевых концепций теории конкуренции (ПК-1.1); – особенностей анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – основных закономерностей развития конкурентной среды организации (ПК-1.2); – особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – основных инструментов и методов конкурентной борьбы (ПК-1.2); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1); – осуществлять анализ конкурентной среды организации (ПК-1.1); – оценивать конкурентоспособность различных объектов (товаров, услуг, организаций) (ПК-1.1); – объяснять особенности функционирования экономических субъектов в условиях конкурентной среды (ПК-1.2); – анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – раскрывать сущность механизма конкуренции на товарных рынках (ПК-1.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – анализа конкурентной среды организации (ПК-1.1); – оценки конкурентоспособности различных объектов (товаров, услуг, организаций) (ПК-1.1); – системного подхода к анализу экономических проблем в условиях конкурентной борьбы (ПК-1.2); – применения методов измерения и оценки конкурентоспособности экономических субъектов (ПК-1.2); – анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения Тема 3. Конкурентные рыночные структуры Тема 4. Конкуренция и научно-технический прогресс. Тема 5. Конкурентные стратегии организаций Тема 6. Конкуренция и маркетинговые программы фирм Тема 7. Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции Тема 8. Международная конкуренция Тема 9. Особенности конкурентных отношений в России</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Скиперская Е.В.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Конкуренция и конкурентоспособность»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч., в том числе практическая подготовка - 48 ч.
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» является обучение студентов навыкам анализа, оценки и управления конкурентоспособностью компании с возможностью практического использования полученных знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК): ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: – теоретических и практических основ конкуренции и конкурентоспособности (ПК-1.1); – количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1); – особенностей анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – видов конкурентных стратегий организации (ПК-1.2); – механизма разработки успешных конкурентных стратегий и возможности их реализации (ПК-1.2); – особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – инструментов и методов повышения конкурентоспособности организации (ПК-1.2); Умения:

	<ul style="list-style-type: none"> – проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1); – обосновывать условия создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации (ПК-1.1); – применять количественные методы оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1); – анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – рассчитывать комплексную систему показателей конкурентоспособности организации (ПК-1.2); – планировать мероприятия по повышению конкурентоспособности организации (ПК-1.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – обоснования условий создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации (ПК-1.1); – применения количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1); – анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – расчёта комплексной системы показателей конкурентоспособности организации (ПК-1.2); – планирования мероприятий по повышению конкурентоспособности организации (ПК-1.2).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Теоретико-методологические основы конкуренции</p> <p>Тема 2. Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности</p> <p>Тема 3. Формирование конкурентной стратегии организации</p> <p>Тема 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг</p> <p>Тема 5. Оценка конкурентоспособности организации</p> <p>Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность организации</p> <p>Тема 7. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности организации</p> <p>Тема 8. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Скиперская Е.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е.108час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка - 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12ч. практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка - 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., в том числе практическая подготовка - 72 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности» является изучение студентами принципов построения современных систем поддержки принятия решений на основе технологий Хранилищ Данных (Data Warehousing), оперативного анализа (OLAP) и добычи данных (Data Mining) для аналитической поддержки процессов принятия решений.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности» входит в блок дисциплин по выбору
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации</p> <p><i>ПК-3.1 - Формирует комплекс маркетинга организации</i></p> <p>ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг)</p> <p><i>ПК-4.1 - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</i></p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы компьютерных технологий, применяемых для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) - способов формирования возможных решений в рамках направления подготовки на основе разработанных для них целевых показателей продвижение товаров (ПК-4.1) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основы компьютерных технологий, применяемых для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) - анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций рынка с целью организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1) <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения компьютерных технологий для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) - анализа и интерпретации информации, необходимой для выявления тенденций рынка с целью организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Воздействие бизнес-среды на деятельность субъектов экономики</p> <p>Тема 2. Тенденции и фундаментальные проблемы информатизации общества</p> <p>Тема 3. Понятие адаптации субъекта экономики в условиях изменяющейся бизнес-среды</p> <p>Тема 4. Обучение – как форма адаптации лица, принимающего решение к изменяющимся условиям бизнес-среды</p> <p>Тема 5. Развитие систем управления субъектом экономики, как фактор совершенствования поддержки формирования и принятия решений.</p> <p>Тема 6. Технологическая платформа систем формирования решений</p> <p>Тема 7. Классификация существующих инструментов и методов, используемых в системе поддержки принятия решения (СППР).</p> <p>Тема 8. Анализ инструментария СППР и предпосылки их развития</p> <p>Тема 9. Концепция и принципы создания СППР</p> <p>Тема 10. Интеграция процесса формирования решений с обучением ЛПР</p> <p>Тема 11. Индивидуальное обучение лица принимающего решение ЛПР на базе Electronic performance support systems.</p> <p>Тема 12. Формирование решений в сбалансированной системе показателей (BSC).</p> <p>Тема 13. Тенденции развития инструментария поддержки</p>

	формирования и принятия решений на основе Business Performance Management (BPM).
Форма контроля	<u>Очная форма обучения</u> : семестр 5 – зачёт <u>Очно-заочная форма обучения</u> : семестр 5 – зачёт
Автор:	д.э.н., профессор кафедры информационных систем Тамбиева Д.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е.108час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка - 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12ч. практические (лабораторные) занятия – 24 ч., в том числе практическая подготовка - 24 ч., самостоятельная работа – 72 ч., в том числе практическая подготовка - 72 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов» является формирование у студентов системного представления принципов и методов построения и эксплуатации информационных систем (технологий) в различных сферах экономики. Особый акцент делается на развитие навыков получения информации об информационных технологиях, их экономической эффективности и проблемах использования в практической деятельности современного маркетолога.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов» входит в блок дисциплин по выбору
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-3 - Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации</p> <p><i>ПК-3.2</i> - Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективности</p> <p>ПК-4 - Способен организовать продвижение товаров (услуг)</p> <p><i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции</p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы компьютерных технологий, применяемых для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) – способов формирования возможных решений в рамках направления подготовки на основе разработанных для них целевых показателей продвижение товаров (ПК-4.1) <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять основы компьютерных технологий, применяемых для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) – анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций рынка с целью организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1) <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применения компьютерных технологий для автоматизации процесса проведения маркетинговых исследований (ПК-3.2) – анализа и интерпретации информации, необходимой для выявления тенденций рынка с целью организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции (ПК-4.1)
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества</p> <p>Тема 2. Организация и разработка экономических систем</p> <p>Тема 3. Информационные системы в экономико-управленческой деятельности</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 5 – зачёт</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 5 – зачёт</p>
<p>Автор:</p>	<p>д.э.н., профессор кафедры информационных систем, Тамбиева Д.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Товарная политика»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 33ЕТ, 108 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., практические занятия – <u>36</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч., самостоятельная работа – <u>54</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>54</u> ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., практические занятия – <u>26</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>26</u> ч., самостоятельная работа – <u>70</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>70</u> ч.
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на умение формировать комплекс маркетинга организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК) ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.1</i> Формирует комплекс маркетинга организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1) Умения: Формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1) Трудовые действия: Формирование комплекса маркетинга организации (ПК-3.1)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	1. Теоретические основы товарной политики предприятия 2. Классификация и коммерческие характеристики товаров 3. Российское законодательство в области товаров 4. Понятия и основные условия формирования товарной политики 5. Управление жизненным циклом товара 6. Оценка конкурентоспособности товара 7. Товарная политика и стратегия торгового предприятия 8. Совершенствование товарной политики 9. Международная товарная политика
Форма контроля	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Казарова А.Я.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Ассортиментная политика»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет _____ 3 _____ ЗЕТ, ___ 108 ___ час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., практические занятия – <u>36</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч., самостоятельная работа – <u>54</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>54</u> ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч, практические занятия – <u>26</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>26</u> ч., самостоятельная работа – <u>70</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>70</u> ч.
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на умение формировать комплекс маркетинга организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Ассортиментная политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК) ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.1</i> Формирует комплекс маркетинга организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1) Умения: Формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1) Трудовые действия: Формирование комплекса маркетинга организации (ПК-3.1)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	1. Теоретические аспекты ассортиментной политики предприятия 2. Особенности ассортиментной политики в торговой организации 3. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом 4. Особенности управления марочным ассортиментом 5. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия 6. Эффективное управление существующим развернутым ассортиментом 7. Методика оценки качества и ассортимента продукции 8. Дифференциация ценообразования по ассортиментным

	группам товаров 9. Формирование товарных запасов торговой организации
Форма контроля	<u>Очная форма обучения: семестр __4__ – зачет</u> <u>Очно-заочная форма обучения: семестр __4__ – зачет</u>
Автор:	к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Казарова А.Я.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 18 ч., в т.ч. практическая подготовка - 18 ч.), самостоятельная работа – 36 ч., в т.ч. практическая подготовка - 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в т.ч. практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., в т.ч. практическая подготовка - 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч., в т.ч. практическая подготовка - 48 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» является формирование у студентов комплекса компетенций по настройке SEO и ASO оптимизации.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» является факультативной дисциплиной
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК) ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг). <i>ПК-4.1</i> - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания: Основные инструменты по продвижению сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Особенности SEO и ASO оптимизации (ПК-4.1).</p> <p>Умения: Применять инструменты при продвижении сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Организовать аудит SEO и ASO оптимизации (ПК-4.1).</p> <p>Навыки: Проводит аудит и применяет инструменты при оптимизации сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Настраивает SEO и ASO оптимизацию (ПК-4.1).</p>

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений.</p> <p>Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO).</p> <p>Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO).</p> <p>Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO).</p> <p>Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации.</p>
Форма контроля -	<p><u>Очная форма обучения</u>: семестр 6 – зачет.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения</u>: семестр 6 – зачет.</p>
Автор:	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н. Гунько Ю.А.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление брендом»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч. <u>Очно- заочная форма обучения:</u> лекции – 14 ч., практические занятия – 14ч., самостоятельная работа – 44 ч.
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся собственного понимания бренда как инструмента рыночной деятельности и маркетинга, изучение зарубежных и российских практик по эффективному внедрению управления брендами, формирование комплекса знаний и умений в решении практических задач по созданию и управлению торговой маркой.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина ФТД.02 «Управление брендом» относится к факультативной части образовательной программы
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК): ПК 4- Способен организовать продвижение товаров (услуг) ПК-4.2 Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации;
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	В результате освоения дисциплины обучающийся должен получить: Знания: методов сбора и анализа информации для решения задач по управлению брендом организаций, так же основных информационных технологий, используемых в управлении брендом организации (ПК-4.2); Умения: анализировать характеристики внешней и внутренней среды организации с целью управления брендом организации и формирования программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2); Навыки: поиска, сбора и анализа данных, необходимых для решения задач по управлению брендом организаций и формированию программы лояльности потребителей к бренду организации (ПК-4.2);
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	Тема 1. Роль брендов в деятельности компании. Тема 2. Структура и типология брендов Тема 3.Методы формирования корпоративной идентичности

	<p>компания</p> <p>Тема 4. Потребители и бренд: особенности взаимоотношений. Лояльность бренду.</p> <p>Тема 5. Особенности восприятия и формирования бренда в различных отраслях</p> <p>Тема 6. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда</p> <p>Тема 7. Оценка стоимости бренда. Влияние стоимости бренда на стоимость компании</p> <p>Тема 8. Подходы к продвижению и оценке стоимости и капитала бренда</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 8–зачет;</p> <p><u>Очно- заочная форма обучения:</u> семестр 8–зачет;</p>
Автор(ы):	<p>доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, к.э.н. Кенина Д.С.</p>

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление качеством»**

по подготовке обучающегося по программе бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 23.е.72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч. практические (лабораторные) занятия – <u>18</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>18</u> ч., самостоятельная работа – 36 ч., в том числе практическая подготовка - <u>36</u> ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., практические (лабораторные) занятия – <u>12</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>12</u> ч., самостоятельная работа – <u>48</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>48</u> ч.
Цель изучения дисциплины	Формирование профессиональных и общекультурных компетенций менеджера в области управления качеством.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина входит в факультативную часть (ФТД.03)
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	Профессиональные компетенции (ПК) ПК 1 – Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности <i>ПК-1.2</i> - Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - основных этапов эволюции управленческой мысли в области управления качеством, развития управления качеством в России; основные понятий, категорий и подходов к управлению качеством; сути социально-экономических явлений, связанных с управлением качеством; моделей современных систем управления качеством; международных стандартов серии ИСО-9000; правовых механизмов управления качеством: сертификации продукции, стандартизации, закона о защите прав потребителей (ПК – 1.2). Умения: - использовать нормативные правовые документы по управлению качеством; быть способным работать с информацией; находить организационно-управленческие решения по управлению качеством на основе имеющихся данных; пользоваться специальной литературой по управлению качеством и находить нужную информацию в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах; разрабатывать планы создания системы менеджмента качества на предприятии; применять

	<p>методы управления в соответствии с поставленной задачей и имеющимися ресурсами; использовать в управлении качеством бенчмаркинг и реинжиниринг; владеть практическими навыками работы с текстами нормативной документации: международными стандартами серии ИСО-9000, законом РФ «О защите прав потребителей» (ПК – 1.2).</p> <p>Навыки:</p> <p>- владения простыми методами анализа и управления качеством; участия в разработке стратегии организации в области управления качеством; готовности нести ответственность за принятые управленческие решения; готовности к кооперации с коллегами и работе в коллективе; владения культурой мышления, быть способным к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке целей в области качества и выбору путей их достижения (ПК – 1.2).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Социальные и экономические основы качества</p> <p>Тема 2. Эволюция методов обеспечения качества</p> <p>Тема 3. Опыт управления качеством в зарубежных странах</p> <p>Тема 4. Управление качеством в России</p> <p>Тема 5. Всеобщее управление качеством</p> <p>Тема 6. Стандартизация в управлении качеством в России</p> <p>Тема 7. Международная стандартизация в управлении качеством и международные стандарты ИСО серии 9000 на системы качества</p> <p>Тема 8. Метрология в управлении качеством в России и за рубежом</p> <p>Тема 9. Сертификация в управлении качеством</p>
Форма контроля	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 4 – зачет</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> курс 4 – зачет</p>
Автор:	доцент кафедры менеджмента и управленческих технологий, к.э.н, Е.Г. Сергиенко