

# АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

## Базовая часть

### Рабочая программа дисциплины «ИСТОРИЯ»

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

**Цели освоения дисциплины:** изучение основных событий истории России, закономерностей исторического развития, понимание взаимосвязей различных сфер жизни общества, развитие умения анализа исторических событий, определение собственной точки зрения на события прошлого и настоящего.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2

#### Ожидаемые результаты

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Основные закономерности исторического процесса, этапы истории развития России, место и роль России в истории человечества и в современном мире.

**Уметь:** Анализировать и оценивать социальную информацию

**Владеть:** Способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, способностью к критике и самокритике, терпимости, способности работать в коллективе

**Содержание дисциплины:** История как наука. Методология и теория исторической науки. История России – неотъемлемая часть всемирной истории. От древнейших цивилизаций к древнерусской государственности. Русь в IX – XIII вв. Образование Русского централизованного государства в XIV – первой половине XV в. Русское государство во второй половине XV - первой половине XVII в. Россия во второй половине XVII в. Складывание абсолютизма. Российская империя в XVIII в. Социально-экономическое и политическое развитие России в XIX в. Внешняя политика России в XIX – начале XX в. Политический кризис самодержавия 1905 – 1917 гг. Революции в России. Формирование однопартийного политического режима. Гражданская война и военная интервенция. Социально-экономическое развитие страны в 20-е годы XX в. Новая экономическая политика. Социально-экономические преобразования в 30-е гг. XX в. Великая Отечественная война. Советское государство в послевоенные годы (вторая половина 40-х – 60-е гг. XX в.). СССР в середине 60-х – 80-е гг. XX в. Нарастание кризисных явлений. Перестройка и ее последствия (1985 – 1991 гг.). Становление новой российской государственности. Российская Федерация на рубеже XX – XXI вв.

**Рабочая программа дисциплины  
«ФИЛОСОФИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению

**38.03.02 «Менеджмент»**

**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у студентов систему философских взглядов, рационально-теоретическое мировоззрение.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории; основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления.

**Уметь:** применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;

**Владеть:** навыками целостного подхода к анализу проблем общества;

**Содержание дисциплины:** Философия, ее происхождение, предмет, природа и функции. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Русская философия 19-20 вв. Философское понимание мира (Онтология). Универсальные связи и атрибуты бытия. Гносеология (Эпистемология). Философия науки. Философская антропология. Социальная философия. Философия истории.

## **Рабочая программа дисциплины «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности (поиск необходимых сведений, осуществление деловых контактов, устное общение, умение фиксировать информацию и т.д.), а также - для дальнейшего самообразования (для дальнейшей учебной деятельности, изучения зарубежного опыта в профилирующей области науки и техники и т.д.).

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-4.

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные особенности грамматического и лексического строя изучаемого языка.

**Уметь:** использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности.

### **Владеть:**

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;

- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.

### **Содержание дисциплины:**

Вводно - коррективный курс, личные местоимения. Притяжательный падеж существительных. Глаголы to Be, to Have. Артикль. Автобиография. Моя Семья.

Конструкции There is/There are; Артикли. Типы вопросов в английском языке. Мой рабочий день. Отдых.

Времена группы Simple. Структура предложения в английском языке. Безличные предложения. Местоимения some, any, much, many, few, a few, little, a little. Увлечения. Хобби. Интересные личности.

Степени сравнения прилагательных и наречий. Времена группы Simple. Мой Университет. Мои Планы на будущее.

Времена группы Progressive. Active and State Verbs. Мое свободное время. Мой Лучший друг.

Времена группы Perfect. Questions with like. Времена года. Мое любимое время года.

Страдательный залог. Повторение видовременных форм активного залога. Моя будущая профессия.

Модальные глаголы (Present). Мой родной город! Чудеса современного мира.

Модальные глаголы (Past). Эквиваленты модальных глаголов. Процесс управления: сущность и структура.

Неличные формы глагола. Инфинитив. Герундий. История. Стили управления.

Причастие. Герундий. Навыки и качества эффективного менеджера.

Согласование времен. Прямая и косвенная речь. Вопросы в косвенной речи. Функции менеджера в компании.

Сложное дополнение. Сложное подлежащее. Лидерство.

Условные предложения. Типы условных предложений. Сослагательное наклонение с глаголом "Wish". Мотивация менеджера.

### **Рабочая программа дисциплины «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** Цель дисциплины "Экономическая теория" - формирование экономического образа мышления у студентов на основе изучения понятийного аппарата, инструментов экономического анализа, экономических концепций, позволяющих ясно и последовательно объяснять процессы и явления экономической жизни общества, разрабатывать принципы и методы рационального хозяйствования.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-3.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** закономерности функционирования современной экономики на макроуровне и микроуровне; основные понятия, категории и инструменты экономики; методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на макроуровне и микроуровне; основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства.

**Уметь:** анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; рассчитывать на основе типовых методик и нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; использовать источники экономической, социальной, управленческой информации.

**Владеть:** навыками анализа и интерпретации данных о социально-экономических процессах и явлениях; навыками выбора инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей; навыками анализа результатов расчетов и обоснования полученных выводов.

**Содержание дисциплины:** Изучение курса экономической теории строиться в определенной экономической последовательности. Первая часть включает вопросы посвященные предмету и методу экономической науки. Вторая часть включает вопросы, раскрывающие общие основы рыночной экономики, механизм функционирования рынка, характеристикой экономических процессов, происходящих на микро уровне. Третья часть посвящена экономическим проблемам на макро уровне, национальному хозяйству в целом, содержанию экономической политики государства.

### **Рабочая программа дисциплины «МАТЕМАТИКА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** подготовка в области алгебры, линейной алгебры и аналитической геометрии; овладение методами алгебры, линейной алгебры и аналитической геометрии; овладение современным математическим аппаратом для дальнейшего использования в приложениях.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-6.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные понятия алгебры, линейной алгебры и аналитической геометрии, определения и свойства математических объектов в этой области, формулировки утверждения, методы их доказательства, возможные сферы их приложений;

**Уметь:** решать задачи вычислительного и теоретического характера в области алгебры и аналитической геометрии;

**Владеть:** математическим аппаратом уравнений алгебры, линейной алгебры и аналитической геометрии, методами решения задач и доказательствами утверждения в этой области.

**Содержание дисциплины:** введение в теорию множеств; действительные числа; числовая последовательность; функции, предел и непрерывность функций; дифференциальное исчисление функции одной переменной; применение дифференциального исчисления для исследования функций и построения их графиков; интегральное исчисление функции одной переменной; дифференциальное исчисление функций нескольких переменных; интегральное исчисление функций нескольких переменных; числовые и функциональные ряды.

**Рабочая программа дисциплины  
«БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у студентов осознания безопасности человека, как важнейшего фактора его успешной деятельности; дать студентам знания о безопасном поведении человека в чрезвычайных ситуациях, о государственной системе защиты населения от чрезвычайных ситуаций, об обязанностях граждан по защите государства и здоровом образе жизни; дать знания по созданию психологически комфортной и безопасной образовательной среды в учреждении; формировать умение по навыкам соблюдения требований охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты; дать знания по обеспечению охраны жизни и здоровья детей в образовательном процессе.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-8.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** понятия - «опасность», «безопасность», «источник опасности» классификацию чрезвычайных ситуаций; классификацию негативных факторов; характеристики экономической, информационной и продовольственной опасностей; понятие национальной безопасности и угрозы национальной безопасности; правовую основу РСЧС, роль и задачи права и обязанности граждан; современные средства поражения и их поражающие факторы; классификацию и характеристики средств индивидуальной и коллективной защиты, устройство средств индивидуальной защиты; основные показатели индивидуального здоровья.

**Уметь:** оказать первую медицинскую помощь пострадавшим при неотложных состояниях; организовать эвакуацию в случае ЧС; проводить профилактику травматизма; формировать мотивацию здорового образа жизни.

**Владеть:** навыками действий в чрезвычайных ситуациях, связанных с терроризмом; навыками действий по сигналам оповещения; способностью изготавливать простейшие средства индивидуальной защиты и пользоваться ими.

**Содержание дисциплины:** Дисциплина предусматривает изучение законодательных, организационных, инженерно-технических, санитарно-гигиенических мероприятий, мероприятий пожарной безопасности и безопасности в ЧС. Основы безопасности жизнедеятельности. Организационные и правовые основы обеспечения безопасности жизнедеятельности. Физиология труда и комфортные условия жизнедеятельности. Обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Негативные факторы в системе «человек-среда обитания». Воздействие негативных факторов на человека и среду обитания. Идентификация травмирующих и вредных факторов, опасные зоны. Принципы,

методы и средства повышения безопасности технических систем и технологических процессов. Экобиозащитная техника и средства индивидуальной защиты. Чрезвычайные ситуации мирного времени. Чрезвычайные ситуации военного времени. Чрезвычайные ситуации на радиационно-опасных объектах. Чрезвычайные ситуации на химически опасных объектах. Чрезвычайные ситуации на пожаро- и взрывоопасных объектах. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Задачи и структура органов защиты персонала на отдельном объекте. Организация защиты населения и ликвидация последствий в чрезвычайных ситуациях. Медицинская характеристика состояний, требующих оказания первой медицинской помощи.

### **Рабочая программа дисциплины «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков по организации бухгалтерского, финансового учета предпринимательской деятельности, подготовке и представлению полной информации менеджерам и руководству в целях планирования, оперативного управления, контроля и оценки результатов работы экономического субъекта и координации развития в будущем.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-5.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные положения нормативных и правовых документов в сфере своей деятельности; основные направления социальной политики РФ; основные положения нормативных и правовых документов в сфере своей деятельности; основные направления социальной политики РФ.

**Уметь:** работать с нормативными документами, регулирующими его деятельность; использовать нормативно-правовую документацию при решении конкретных задач своей деятельности; работать с нормативными документами, регулирующими его деятельность; использовать нормативно-правовую документацию при решении конкретных задач своей деятельности;

**Владеть:** опытом адаптации своей деятельности, связанной с обновлениями нормативно-правовых документов; навыками составления нормативной документации для своей деятельности; полученной информацией от проведенного экономического анализа и принимать оптимальные решения поставленных экономических задач.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Бухгалтерский учет в системе управления.

Тема 2. Предмет и методы бухгалтерского учета.

Тема 3. Система счетов и двойная запись.

Тема 4. Первичный учет и его место в информационной системе управления.

Тема 5. Регистры и формы бухгалтерского учета.

### **Рабочая программа дисциплины «СТАТИСТИКА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** формирование у будущих специалистов твердых теоретических знаний и практических навыков по сбору статистических данных, обработки результатов статистического наблюдения и проведения анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировании возможное их развитие в будущем, как на микро, так и на макроуровне.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-3.

**Ожидаемые результаты.** В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** современную организацию статистической службы в России; основные принципы, методы сбора статистических данных, обработки результатов статистического наблюдения; сущность обобщающих статистических показателей;

**Уметь:** организовать и провести сплошное и не сплошное наблюдение, строить статистические таблицы; исчислять различные статистические показатели: абсолютные и относительные, средние, показатели вариации, аналитические показатели динамики, показатели тесноты связи; анализировать статистические данные и формулировать выводы, вытекающие из анализа данных.

**Владеть:** навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Предмет, метод и задачи статистики

Тема 2. Статистическое наблюдение, статистическая сводка, группировка и таблицы

Тема 3. Абсолютные и относительные величины

Тема 4. Ряды распределения

Тема 5. Средние величины и показатели вариации

Тема 6. Ряды динамики, статистическое прогнозирование

Тема 7. Статистические индексы.

Тема 8. Методы корреляционно-регрессионного анализа и моделирования



**Рабочая программа дисциплины**  
**«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ»**  
для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** дать углубленный анализ теории принятия управленческих решений, сформировать у студентов представление о механизме принятия решений на государственном и корпоративном уровнях.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-2.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Математические методы и модели подготовки и принятия управленческих решений; Методологию сбора и обработки статистической информации, составляющей базу для принятия управленческих решений.

**Уметь:** Использовать специальные компьютерные системы принятия решений, и адаптировать самостоятельно разработанные модели для практических расчетов; Анализировать статистическую информацию по экономике и социальным проблемам в Российской Федерации; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;

**Владеть:** Стандартными моделями и статистическими программами, которые используются для принятия решений; пакетом офисных и управленческих программ для работы с деловой информацией и основами сетевых технологий; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления государственных программ;

**Содержание дисциплины:**

Тема 1. Теоретические основы принятия управленческих решений в организации. Управленческие решения в процессе управления.

Тема 2. Типология управленческих решений. Патологии в принятии управленческих решений.

Тема 3. Условия и факторы качества управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.

Тема 4. Методология разработки и принятия управленческих решений. Условия и факторы качества управленческих решений.

Тема 5. Разработка альтернативных решений. Методы оценки альтернатив.

Тема 6. Контроль и оценка эффективности реализации управленческих решений. Методы контроля и оценки управленческих решений.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«МАРКЕТИНГ»**  
Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** овладение практическими навыками, обеспечивающими эффективную организацию маркетинговой деятельности, проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, ценообразования и использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-6.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** предмет, цели и задачи учебной дисциплины, связи маркетинга с другими дисциплинами, значение маркетинга для деятельности большинства организаций; основные методы, способы и принципы работы с информацией; сущность и основы разработки маркетинговой стратегии организаций; знать принципы планирования и прогнозирования в маркетинговой деятельности предприятия; содержание маркетинговой концепции управления; основы сбора, анализа и обработки данных для принятия необходимых управленческих решений.

**Уметь:** применять основные методы, способы и принципы работы с информацией; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; обосновывать решения в сфере управления организацией и ее маркетинговой политикой; разрабатывать стратегии маркетинга с учетом рыночной конъюнктуры; ставить и решать задачи операционного маркетинга; самостоятельно организовать и проводить маркетинговые исследования на конкретном рынке; разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации; использовать принципы мерчендайзинга для повышения эффективности розничной торговли; оценивать направления совершенствования ассортиментной политики компании; формировать лояльность клиентов на основе создания программы лояльности; использовать в практической деятельности информацию, полученную в результате проведения маркетинговых исследований; проводить сравнительный анализ лучших методик менеджмента и выявлять возможность их использования в управленческой деятельности предприятий и организаций.

**Владеть:** навыками решения конкретных проблем, связанных с проведением маркетинговых исследований; методами оперативного, стратегического и прогнозного планирования; методами информационного и коммуникационного обеспечения управления маркетингом; методами исследования потребительских мотиваций, обеспечивающими конкурентные преимущества фирмы; навыками деловых коммуникаций; использовать в практической деятельности информацию, полученную в результате проведения маркетинговых исследований; проводить сравнительный анализ лучших методик менеджмента и выявлять возможность их использования в управленческой деятельности предприятий и организаций.

**Содержание дисциплины:** Маркетинг: его комплекс и окружающая среда. Концепции рыночной экономики. Потребитель и подходы к его изучению. Товар и его жизненный цикл. Ассортиментная политика предприятия. Организация сбыта товара. Цена и подходы к ее установлению. Продвижение товара на рынке. Маркетинговые исследования. Планирование, организация и контроль в маркетинге.

### **Рабочая программа дисциплины «ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** формирование базовых представлений о сущности, месте и роли менеджмента в деятельности организации, в рамках ознакомления с теоретическими основами управленческой деятельности в условиях современной рыночной экономики, с акцентом на процессе принятия управленческого решения и учёте коллективного характера данного процесса.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-3.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** динамику развития менеджмента с точки зрения его школ, концепций и подходов; системно представлять сущность и тенденции развития российского и зарубежного менеджмента; многообразие и взаимосвязи процессов в современных организациях; роль, места, функции и задачи менеджера в современной организации; основные аспекты взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, лидерства и управления конфликтом; основные виды стратегий и организационных структур; специфику различных функций управления и связующих процессов в организации.

**Уметь:** диагностировать управленческие проблемы; ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, находить решения типовых управленческих задач в конкретной организации; определять основные составляющие системы управления организацией; описывать многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации, знать основы разработки и реализации стратегии организации.

**Владеть:** системным представлением о менеджменте как науке; навыками поиска и анализа информации, необходимой для выполнения управленческих функций; способами организации группового взаимодействия для решения управленческих задач.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Природа управления и исторические тенденции его развития

- Тема 2. Этапы и школы в истории научного менеджмента  
Тема 3. Развитие управления в России  
Тема 4. Общая теория управления. Закономерности управления различными системами  
Тема 5. Внешняя и внутренняя среда в менеджменте  
Тема 6. Планирование в системе менеджмента  
Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента. Организационные структуры и механизмы  
Тема 8. Мотивация деятельности в менеджменте  
Тема 9. Контроль и регулирование в системе менеджмента  
Тема 10. Сущность процесса принятия управленческих решений, структура и элементы. Классификация управленческих решений.

### **Рабочая программа дисциплины «ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** овладение основными принципами и методами анализа теоретических основ формирования организации, навыками совершенствования структуры организации. Приоритетным в обучении является системное овладение данной дисциплиной. Системное овладение учитывает, что одним не хватает практики и знания бизнеса, другим - теории и конкретных методик.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-3.

#### **Ожидаемые результаты**

- В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** иметь структурное представление о структурах и тенденциях развития экономических процессов;
- понимать многообразие экономических процессов в современный период и их связь с другими процессами, происходящими в обществе и в организациях;
  - иметь представление о роли менеджмента в современных организациях, тенденциях его развития.
  - теоретические основы и закономерности развития рыночной экономики;
  - отечественный и зарубежный опыт в области управления и рациональной организации экономической деятельности организаций;
  - законодательные и нормативные документы, регламентирующие хозяйственную деятельность предприятий и организаций;
  - методы организации труда работников на предприятиях и в организациях;
- Уметь:** выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать рациональные способы их разрешения;
- систематизировать и обобщать полученную информацию по вопросам профессиональной деятельности;

- применять информационные технологии с целью решения повседневных и глобальных управленческих задач.

**Владеть:** специальной экономической и управленческой терминологией;

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя различные источники, в том числе современные информационные технологии;
- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере будущей профессии;
- методами экономического анализа деятельности предприятия (организации) и оценки конкурентоспособности;
- методами совершенствования управленческих процессов в организации.

**Содержание дисциплины:**

Теория организации, ее место в системе научных знаний.

Организация и управление.

Основополагающие законы организации.

Субъекты и объекты организаторской деятельности.

**Рабочая программа дисциплины  
«КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** освоение сущности коммуникаций, специфики внутриорганизационных коммуникаций; анализировать факторы, влияющие на эффективность коммуникаций и менеджмента в организациях; осуществлять коммуникационный менеджмент в современном обществе, в организационной корпоративной культуре; уметь определять и анализировать особенности национальных культур и их влияние на поведение людей в международном и транснациональном менеджменте.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-4.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные закономерности управления коммуникацией; - механизмы и принципы формирования организационно- коммуникационной структуры,
- общие характеристики управления формированием организационных коммуникаций,
- перспективы развития коммуникационного менеджмента в России.

**Уметь:**

- делать обобщения в анализе проблем коммуникационной деятельности, выделять целевые группы и группы взаимодействия, -

разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства;

- содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них;
- определять коммуникационную структуру организации; - анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику;
- пользоваться источниками по проблемам коммуникационного менеджмента.

**Владеть:**

- навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента, - приемами создания корпоративных коммуникаций;
- опытом ведения дискуссии по проблемам коммуникационного менеджмента.

**Содержание дисциплины:**

Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организаций. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Формирование положительного общественного мнения об организации. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации. Коммуникационный менеджмент в различных организациях.

**Рабочая программа дисциплины**

**«УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины** состоит в подготовке специалиста - менеджера, способного на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам управления человеческими ресурсами в современных условиях.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-2, ОПК-3.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** способы проведения различных теоретических и экспериментальных исследований персонала, разработки и осуществления в соответствии с этим необходимых мероприятий по реализации стратегии управления человеческими ресурсами;

**Уметь:** использовать современные технологии и методы изучения и управления персоналом, необходимых, как для раскрытия человеческого потенциала, так и с целью повышения эффективности деятельности организации;

**Владеть:** методами диагностики организационной культуры, для дальнейшего развития организации.

**Содержание дисциплины:**

Человеческие ресурсы: подходы к определению понятия. Сущность, цели и функции системы управления человеческими ресурсами. Основные элементы системы управления человеческими ресурсами.

Принципы построения системы управления персоналом: экономичности, прогрессивности, перспективности, комплексности, оперативности, оптимальности, простоты, научности. Методы управления персоналом: административные, экономические, социально-психологические.

Стратегическое управление: цели, задачи и виды. Взаимосвязь стратегии развития организации и стратегии управления персоналом. Влияние внешних и внутренних факторов.

Кадровое планирование: цели, задачи и виды. Планирование потребности в персонале как часть бизнес-плана.

Эффективность управления персоналом: понятие и подходы к оценке.

Методики анализа эффективности системы управления персоналом. Критерии оценки эффективности. Сущность и структура затрат на персонал.

**Рабочая программа дисциплины  
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование системы знаний, умений и практических навыков, необходимых для управления современной организацией на разных уровнях менеджмента, и развитие способности и готовности адекватно и эффективно использовать их для достижения целей развития организации.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-3.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные теории и подходы к формированию стратегий организации; планировать стратегическую деятельность организации; принципы целеполагания, виды и методы стратегического планирования; причины многовариантности практики разработки управленческих решений в современных условиях; методы оценки инвестиционных решений и решений по финансированию и их влияния на рост ценности (стоимости) компании; требования к отбору новых сотрудников и программы их адаптации;

**Уметь:** ставить и решать задачи стратегического маркетинга; разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию потребителей продукции организации; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; анализировать организационную структуру и

разрабатывать предложения по ее совершенствованию; анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;

**Владеть:** методами анализа среды организации; методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков; современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение потребителя; современным инструментарием взаимодействия потребителя и организации; методами формирования эффективной маркетинговой стратегии;

**Содержание дисциплины:**

Предмет дисциплины, его цель и задачи. Содержание и структура дисциплины. Место и роль курса в подготовке специалиста-менеджера. Задачи стратегического менеджмента. Ситуационный анализ. Роль ситуационного анализа при формировании стратегии. Конкурентная среда организации. Конкуренция и конкурентоспособность организации в стратегической перспективе.

Анализ существующей стратегии организации. Оценка эффективности стратегии организации: критерии, подходы и методы. Стратегический потенциал организации. Оценка эффективности текущей стратегии маркетинга организации. Инновационный потенциал организации: сущность и подходы к оценке. Анализ кадрового потенциала организации.

Понятие и значение миссии организации. Стратегии и конкурентные преимущества. Базовые стратегии конкуренции. Стратегии диверсификации (диверсифицированного роста). Анализ бизнес-портфеля диверсифицированных компаний. Проблемы реализации стратегии. Выбор подходов к реализации стратегии. Реализация стратегии и оценка результатов. Оценка эффективности стратегического управления в организации: критерии, показатели и методы. Внеэкономические факторы эффективности стратегии организации.

**Рабочая программа дисциплины  
«СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у студентов целостное представление о социологии управления как специфической отрасли социологического знания и умение анализировать систему и органы управления как социальные системы.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-6, ОПК-4.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** истоки возникновения конфликтных ситуаций, способы их разрешения; основы проведения анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций



**Уметь:** осуществлять анализ и формировать межличностные, групповые и организационные коммуникации на предприятии с учетом вида экономической деятельности; принимать организационно-управленческие решения в зависимости от влияния факторов внешней и внутренней среды организации;

**Владеть:** навыками и современными методами принятия решений в различных ситуациях, и способностью грамотно оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений.

**Содержание дисциплины:**

Социология и психология управления как самостоятельная научная дисциплина. Управление как общественное явление. Социально-психологические основы управления личностью в организации. Социально-психологические основы управления малыми группами. Социально-психологические основы руководства и лидерства. Социально-психологические основы принятия управленческих решений.

**Рабочая программа дисциплины  
«РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** Формирование у студентов необходимого объема фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для проведения работ по анализу и управлению рисками.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-3, ОПК-5.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** требования к моделированию бизнес-процессов и методы реорганизации бизнес-процессов; основные положения, термины, определения и категории управления рисками, его место и роль в производственной и социально-экономической системах; методы управления рисками;

**Уметь:** разрабатывать и моделировать бизнес-процессы с целью возможностей их реорганизации при изменении организационной структуры, либо стратегии развития организации; применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений (индивидуальных и коллективных) относительно рисков в условиях неопределенности;

**Владеть:** разрабатывать и моделировать бизнес-процессы с целью возможностей их реорганизации при изменении организационной структуры, либо стратегии развития организации; применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений (индивидуальных и коллективных) относительно рисков в условиях неопределенности.

**Содержание дисциплины:**

Объект, цели и задачи дисциплины. Происхождение термина «риск». Риск как экономическая (финансовая) категория. Риск как категория отклонения от цели. Функции риска. Понятие риска. Объективное и субъективное понимание риска. Риск как вероятностная категория. Природа возникновения и воздействия риска.

Критерии классификации рисков по времени возникновения. Критерии классификации по характеристике опасности. Критерии классификации по характеристике подверженности риску. Критерии классификации по характеристике расходов (издержек), связанных с риском.

Развитие концепции управления риском. Общая характеристика системы управления риском. Цели и задачи системы управления риском. Ограничения системы управления риском. Специфика управления портфелем рисков.

Этапы идентификации и анализа рисков. Концепция приемлемого риска. Определение и регистрация рисков. Определение точки риска.

Способы оценки рисков. Основы теории вероятности. Дерево вероятностей.

Принятие решений в условиях риска. Принятие решений в условиях неопределенности. Определяющие факторы внутренней среды в рискованной деятельности предприятия.

### **Рабочая программа дисциплины «ИНФОРМАТИКА»**

для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование представлений о сущности информации и информационных процессов, развитие алгоритмического мышления, являющегося необходимой частью научного взгляда на мир, изучение современных информационных технологий, демонстрация возможности использования полученных знаний в различных сферах деятельности человека. Знание основных разделов дисциплины способствует повышению эффективности учебной деятельности студентов, будущей профессиональной деятельности, а также положительному восприятию процесса информатизации общества.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-7.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные понятия и определения информатики, основные принципы работы современного компьютера, технические средства обработки информации, программные средства обработки информации, роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества

и экономических знаний, роль и значение информации в процессе принятия решений, информационные системы и информационные процессы.

**Уметь:** использовать основные программные средства для обработки информации.

**Владеть:** основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, способами и методами представления информации, технологиями решения задач с использованием компьютера.

**Содержание дисциплины:**

Алгоритмизация и программирование на языке QBasic. Линейный алгоритм.

Алгоритм с ветвлением

Циклический алгоритм

Массивы

Текстовый редактор Word. Создание простого документа.

Автотекст и автозамена в Word.

Создание и редактирование таблиц в Word.

Форматирование документов в Word.

Ассистент слияния в Word.

Электронная форма документа в Word.

Создание и редактирование таблиц в Excel.

Связывание данных, находящихся на разных рабочих листах.

Логические функции Excel.

Обработка баз данных в Excel.

Подбор параметров в Excel. Специальная вставка.

**Рабочая программа дисциплины  
«ПСИХОЛОГИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины**

Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие студентов, на овладение ими системой представлений о становлении, развитии, проявлении и функционировании высшей психики людей в деятельности, протекающей в производственных, страховых, торговых, банковских, рекламных, образовательных и иных организациях. Изучение учебной дисциплины студентами будет способствовать становлению их общего и профессионального мировоззрения, профессионально важных личностных свойств и качеств, глубокому овладению общекультурной компетенцией ОК-5.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОПК-5.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения курса студент должен *знать* основные понятия психологии, методологическую основу психологии, методы изучения личности сотрудников организации, закономерности протекания психических процессов, основы саморегуляции, основы психологической совместимости сотрудников и т.д.

Студент должен *уметь* найти индивидуальный подход к каждому сотруднику, выбрать адекватный стиль общения с коллегами, руководством трудового коллектива и подчиненными, оценить социально-психологический статус работника, определить причины трудностей во взаимоотношениях сотрудников.

Студент должен *иметь* навыки бесконфликтного взаимодействия с работниками в организации, самостоятельно оценивать психологические особенности работника, подбора сотрудников с учетом их индивидуально - психологических особенностей, измерения социально-психологического потенциала сотрудника.

**Содержание дисциплины**

Современные представления о предмете психологии. Индивид, субъект деятельности, личность, индивидуальность. Личность как предмет психологического исследования. Высшие психические функции человека. Психика человека и деятельность. Структура деятельности личности. Общее представление о высших ощущениях и восприятии человека. Внимание, память, мышление, представления, воображение и речь как высшие психические процессы личности. Эмоциональные процессы, чувства и психические состояния личности. Воля и волевые действия человека. Воля как высший уровень регуляции личностью своей деятельности и поведения. Общение личностей. Коммуникативные навыки и умения личности. Личность и культурно-историческая среда. Личность и группа. Взаимодействие личности в группе. Особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия людей.

**Рабочая программа дисциплины  
«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** профессиональная подготовка и развитие у студентов теоретических и практических навыков в области управленческой деятельности, при этом руководитель должен обладать особыми человеческими

качествами, которые необходимы для выполнения профессиональных обязанностей.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОПК-1.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен демонстрировать:

- пониманию основных положений профессии «Менеджмент»;
- оценке общей характеристики личности менеджера, а именно личных, деловых и профессиональных качеств, управленческих ролей и навыков, этики, имиджа, стилей и уровней управления; квалификационных характеристик должностей руководителей, специалистов и служащих;
- анализ способов решения управленческих задач;
- выявление особенностей подготовки бакалавров и их трудоустройством по окончании высшего учебного заведения.

#### **Содержание дисциплины:**

Базовые понятия и определения дисциплины, такие как «менеджмент», «управление», «менеджер», «экономика», «уровни управления», «виды управления», «функции управления», «инструменты управления» и другие.

Общее представление о сущности и ролевой значимости управления и управленческой деятельности.

Необходимые профессиональные знания и связи менеджмента с другими дисциплинами: менеджмент и психология. Менеджмент и социология. Менеджмент и экономика, менеджмент и право, менеджмент и менеджмент и инноватика и др.

Личные и деловые качества менеджера. Формирование профессиональных знаний менеджера. Стили, роли и уровни управления. Этика и имидж менеджера.

Менеджмент как профессиональная деятельность по управлению современной организацией. Уровни менеджмента организации. Менеджмент и планирование. Виды и уровни планирования в современной организации. Принципы планирования в работе менеджера. Методы воздействия на персонал организации. Функции менеджмента как управленческой деятельности: планирование прогнозирование, организация, мотивация, контроль

Базовые определения и этапы развития профессии «маркетолог».

Область профессиональной деятельности маркетолога. Объекты профессиональной деятельности. Виды профессиональной деятельности. Задачи профессиональной деятельности. Требования к результатам освоения образовательных программ: общекультурные, профессиональные. Формируемые компетенции.

Роль и место маркетолога в компании. Место и роль маркетинговой службы в компании. Примеры должностных инструкций маркетологов. Новые подходы к развитию способностей маркетологов к обучению и развитию. Требования российских работодателей к профессиям в области маркетинга.

Маркетинг как философия и как методология рыночной деятельности. Цель маркетинга и его роль в бизнесе. Основная терминология маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Сферы маркетинга. Выдающиеся маркетингологи мира.

Основные вызовы XXI века. Глобализация и маркетинг. Информатизация и маркетинг. Изменения предпочтений потребителей. Тотальный менеджмент качества и маркетинг. Маркетинговый опыт ведущих компаний.

Становление маркетинга в России. Особенности маркетинга в России. Ресурсы маркетинга. Маркетинговые организации России. Развитие маркетинга. Известные маркетингологи России.

### **Рабочая программа дисциплины «ИСТОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

**Цели освоения дисциплины:** Основная цель изучения учебной дисциплины состоит в том, чтобы профессионально подготовить и развить у студентов теоретические и практические навыки в области управленческой деятельности, при этом руководитель должен обладать особыми человеческими качествами, которые необходимы для выполнения профессиональных обязанностей.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ОК-2.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен быть готов к :

- пониманию основных положений профессии «Менеджмент»;
- пониманию основных исторических этапов становления Менеджмента как науки и профессии менеджера;
- оценке общей характеристики личности менеджера, а именно личных, деловых и профессиональных качеств, управленческих ролей и навыков, этики, имиджа, стилей и уровней управления; квалификационных характеристик должностей руководителей, специалистов и служащих;
- анализ способов решения управленческих задач;
- выявление особенностей подготовки бакалавров и их трудоустройством по окончании высшего учебного заведения.

**Знать:** базовые ценности мировой культуры и готов опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии; сущность природы управления и исторические тенденции его развития; условия и факторы возникновения и развития менеджмента; основные этапы эволюции управленческой мысли;

**Уметь:** определять историческую базу существующих управленческих теорий; - определять условия и факторы развития менеджмента; выделять этапы и школы в развитии менеджмента; определять место российской школы управления в менеджменте; оценивать и объяснять перспективы современного менеджмента;

**Владеть:** - способами анализа многообразия моделей управления; -методами анализа социально значимых проблем и процессов.

**Содержание дисциплины:**

Предмет, метод и задачи курса. Цель изучения курса «История менеджмента». Базовые понятия и определения дисциплины, такие как «менеджмент», «менеджер», «экономика», «образовательный процесс» и другие. Управленческие революции. Менеджеры как социальный класс. Управленческие революции в России. Этапы развития менеджмента. Классификация подходов и школ менеджмента.

Базовые определения и этапы развития профессии «менеджер». Личные и деловые качества менеджера. Формирование профессиональных знаний менеджера. Стили, роли и уровни управления. Этика и имидж менеджера. Новые стандарты бизнеса.

**Рабочая программа дисциплины  
«ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование у студентов необходимого объема фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для проведения работ по подготовке кадров, владеющих теоретическими и практическими навыками в области управленческой деятельности, при которых руководитель обладает особыми человеческими качествами, которые необходимы для выполнения профессиональных обязанностей.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК- 3.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основы проведения анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций;

- принципы и методы организации деловых коммуникаций;

**Уметь:** осуществлять анализ и формировать межличностные, групповые и организационные коммуникации на предприятии с учетом вида экономической деятельности;

**Владеть:** современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;

- современным инструментарием управления человеческими ресурсами;

- методами формирования и поддержания этичного климата в организации;

- методами диагностики организационной культуры, для дальнейшего развития организации.

**Содержание дисциплины:**

Теория поведения человека в организации.

Личность и организация: факторы организационного поведения.  
Управление организационным поведением.

**Рабочая программа дисциплины  
«ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** овладение основными принципами и методами анализа институциональной основы экономики в целом и организационно-экономических механизмов функционирования ее секторов, отраслевых рынков и отдельных хозяйственных субъектов (агентов).

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-3.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** - понятия и определения института, трансакционных издержек, собственности, контракта, фирмы

- институциональную теорию экономики и ее отличия от традиционной, в первую очередь неоклассической, экономической теории

- теорию государства, как института, обеспечивающего защиту и нормальное функционирование институтов собственности и контрактов

**Уметь:** - анализировать в устной форме, а также в форме рефератов, аналитических записок, докладов ситуацию в сфере собственности, включая вопросы приватизации и национализации, в сфере существования и взаимодействия различных типов фирм, как экономических агентов

- анализировать на основе теории трансакционных издержек ситуацию в сфере заключения и исполнения контрактов между хозяйственными субъектами

- анализировать действующее гражданское законодательство, его экономическую эффективность и давать рекомендации по внесению изменений и дополнений в соответствующие нормативные акты.

**Владеть:** рекомендацией по совершенствованию экономических институтов на федеральном, региональном уровне, на предприятиях; опытом адаптации своей деятельности, связанной с обновлениями нормативно-правовых документов; навыками составления нормативной документации для своей деятельности.

**Содержание дисциплины:**

Институты-правила: понятие, значение и виды. Функции институтов .

Трансакционные издержки, как издержки, возникающие при осуществлении трансакций. Основные формы трансакционных издержек Трансакционные издержки, как издержки, возникающие при осуществлении трансакций. Методы минимизации трансакционных издержек.



Экономическая теория прав собственности. Спецификация прав собственности. Приватизация и национализация. Альтернативные режимы прав собственности. Внешние эффекты. Теорема Коуза

Теория контрактов. Полный и неполный контракты. Виды оппортунистического поведения: неблагоприятный отбор, моральный риск, вымогательство. Способы и методы предотвращения оппортунистического поведения. Типы контрактов.

Институциональная теория фирмы. Институциональные формы деловых предприятий.

Институциональная теория государства.

Институциональная динамика. Институциональные изменения. Трансплантация институтов. Эффективные и неэффективные институты.

### **Рабочая программа дисциплины «КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель дисциплины:** формирование у бакалавров комплекса знаний по теоретическим, методическим и прикладным проблемам науки об управлении персоналом; приобретение практических навыков в решении проблем в управлении персоналом.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОПК-2.**

#### **Ожидаемые результаты**

*В ходе изучения дисциплины студенты должны* получить представление о теоретических основах кадрового менеджмента: управления человеческими ресурсами, методологии, проектирования системы управления и технологий формирования, развития и использования; изучение принятой терминологии, овладение практическими методами системы управления персоналом организации, ее организационной структуры; изучение методик оценки кадровых технологий в управлении персоналом в организациях; ознакомление студентов с принципами и методами планирования и прогнозирования изменения трудового потенциала организации; освоение методов оценки эффективности системы управления человеческими ресурсами; выработка умений применять полученные знания в профессиональном решении задач и проблем организации по управлению персоналом.

#### **Содержание дисциплины:**

Специфика управления персоналом в крупных и малых организациях; оперирующих в различных отраслях и видах бизнеса. Миссия организации и особенности политики УП. Изменение функций управления персоналом на различных стадиях развития организации. Классификация персонала по функциям,

выполняемым в производственном процессе, характеру фактической деятельности, сроку работы, принципу участия в технологическом процессе.

Основные операции и процедуры, используемые в работе с персоналом. Алгоритм и основные бизнес-процессы деятельности службы персонала. Методы построения системы управления персоналом. Особенности административных, экономических и социально-психологических методов управления персоналом, их взаимосвязь.

Ведение документации по кадрам. Сбор и систематизация внешней информации. Аналитическая работа. Разработка внутрифирменных регламентов и нормативных документов. Подготовка отчетов и информирование руководителей организации. Использование компьютерных программ.

Внутрифирменные нормативные документы и акты организации по управлению персоналом. Кодекс организации, раздел «Управление персоналом». Положение о персонале. Регламенты основных процессов управления персоналом. Нормативные документы и акты по функциям управления персоналом – порядок приема и увольнения персонала, положение об адаптации, положение об оплате труда, положение о кадровом резерве, положение о подготовке и повышении квалификации кадров, положение о защите персональных данных и др.: структура, принципы разработки.

Основные подходы к формированию персонала. Создание «идеального портрета» желаемого работника. Модель компетенций. Типы компетенций: корпоративные, управленческие, функциональные. Процесс построения корпоративной модели компетенций

Факторы, влияющие на процесс найма персонала. Кадровая технология приема на работу. Основные этапы процедуры приема персонала на работу: подбор претендентов, отбор кандидатов, наем персонала.

Определение источников подбора работников. Достоинства и недостатки внешних и внутренних источников подбора. Основные методы подбора кандидатов: использование средств массовой информации, работа с агентствами по трудоустройству, учебными заведениями, службой занятости, внутрифирменный подбор, Лизинг персонала. Хедхантинг. Аутстаффинг. Эффективность методов подбора. Критерии, формы и методы предварительного отбора кандидатов.

Процедура отбора кандидатов. Анализ формальных данных. Предварительная отборочная беседа. Проверка профессиональных и личностных качеств кандидатов. Подбор тестов для диагностики пригодности кандидата. Процедура тестирования. Правовые и этические основы тестирования. Оценка и учет результатов тестирования при отборе.

Профессиональные испытания как метод отбора кандидатов. Профессиональные группы, подлежащие испытанию. Процедура подготовки и проведения профиспытаний. Проверка состояния здоровья.

Собеседование (интервью). Виды собеседования: структурированное, неструктурированное, смешанное. Подготовка собеседования. Фазы собеседования. Основные правила проведения собеседования. Выбор кандидата. Принятие решения о найме. Обсуждение и оформление контракта.

Роль профессионального потенциала в развитии организации. Виды профессионального обучения: подготовка, переподготовка, повышение квалификации.

Цели и задачи развития персонала. Основные подходы к профессиональному обучению персонала.

Процедура управления развитием персонала. Анализ потребности в обучении. Разработка учебных программ и организация обучения. Современные технологии, формы и методы профессионального обучения.

Подходы к формированию корпоративных программ развития персонала.

Оценка эффективности обучения персонала.

Концепция непрерывного обучения персонала. Стимулирование процесса обучения. Типы управленческой карьеры в современной России. Основы планирования карьеры. Этапы профессионально-квалификационного продвижения персонала в организации. Показатели оценки эффективности профессионально-квалификационного продвижения персонала.

Работа с кадровым резервом. Кадровый резерв. Типология кадрового резерва: по виду деятельности (резерв развития, резерв функционирования), по времени назначения. Структура резерва кадров.

### **Рабочая программа дисциплины «ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**.  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** Успешное использование рыночных методов ценообразования требует изучения его теоретических основ, зарубежной практики и особенностей развития экономики России в современных условиях.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-3.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Основные внутренние и внешние факторы и условия осуществления предпринимательской деятельности фирмы;

Современные методы и приемы сбора, обработки и анализа экономических финансовых данных;

Основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

**Уметь:** Рассчитывать и оценивать влияние экономических и социальных условий на результаты работы фирмы;

Использовать источники экономической, управленческой информации и калькулировать с\с по элементам затрат;

Осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных для решения экономических задач.

**Владеть:** Современными методиками расчета и оценки экономических и социальных условий на деятельность фирмы;

Современными методами сбора, обработки, анализа экономических и социальных данных и принятия решений на их основе;

Методами и приемами анализа экономических явлений, навыками самостоятельной работы.

**Содержание дисциплины:**

Тема 1. Основы рыночного ценообразования.

Тема 2. Ценообразующие факторы.

Тема 3. Методология рыночного ценообразования. Методологические особенности ценообразования в России.

Тема 4. Система цен и методология формирования свободных цен.

Тема 5. Методы регулирования цен. Методы ценообразования на топливно-энергетическом и сельскохозяйственном рынке.

Тема 6. Ценообразование на рынке транспортных услуг.

Тема 7. Психологическое восприятие цены потребителем.

Тема 8. Особенности ценообразования на импортные товары. Ценообразование на мировом товарном рынке.

**Рабочая программа дисциплины**

**«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** сформировать систему знаний, умений и практических навыков, необходимых для управления современной организацией в условиях международного бизнеса на разных уровнях менеджмента и маркетинга, и развитие способности и готовности адекватно и эффективно использовать их для достижения целей развития организации.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ОПК-3.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- современные теории управления бизнес-процессами при организации международной деятельности;

- основные понятия, категории и инструменты маркетинговой политики субъектов международной рыночной деятельности;

**Уметь:**

- осуществлять разработку, анализ и оценку корпоративных стратегий конкурентного окружения с использованием передовых научных достижений;

оценивать резервы повышения эффективности и конкурентоспособности при управлении операциями.

**Владеть:** методами разработки и реализации международных маркетинговых программ на корпоративном и операционном уровнях.

**Содержание дисциплины:**

Введение в международный менеджмент и маркетинг.

Международный бизнес и его специфика.

Международная конкуренция как основной фактор возникновения и развития международного менеджмента и маркетинга.

Среда реализации решений международного менеджмента.

Стратегическое планирование в международной компании.

Менеджмент международных бизнес-операций.

Характеристика современной международной маркетинговой деятельности. Управление человеческими ресурсами в международных компаниях.

**Рабочая программа дисциплины  
«УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** является формирование у студентов необходимого объема фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для проведения работ по анализу функционирования организации, выработке и менеджменту управления качеством.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОПК-2.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** законодательные и нормативные правовые акты; стандарты унифицированной системы организационно-распорядительной документации; отраслевую номенклатуру продукции; основные технические и конструктивные особенности, характеристики и потребительские свойства отечественной продукции и зарубежных аналогов; порядок разработки и оформления технической документации; условия поставки, хранения и транспортировки продукции, стандарты и технические условия на поставку продукции; порядок разработки договоров с поставщиками и потребителями (клиентами), контроль их выполнения.

**Уметь:** разрабатывать и внедрять системы качества и поддерживать их работоспособность; проводить аудит качества; осуществлять проектирование и организовывать системы качества на предприятиях.

**Владеть:** навыками разработки систем качества, проведения аудита качества (системы, продукта, процесса); навыками оценки экономической эффективности управления качеством.

#### **Содержание дисциплины:**

Предмет, метод и задачи курса. Цель изучения курса «Управление качеством». Базовые понятия и определения дисциплины, такие как «качество», «производство», «производительность». Общее представление о качестве и его значимости в современной организации.

Сущность качества, его роль на современном этапе. Философия и концепция в области качества. Пирамида качества и ее составляющие. Качество как объект управления. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества. Терминология управления качеством. Принципы лидерства в обеспечении качества, требования долговременной стратегии в области качества. Модель превосходного бизнеса для организации. Система государственного надзора и контроля, межведомственного и ведомственного контроля за качеством продукции, стандартами, техническими регламентами и единством измерений; основные закономерности измерений, влияние качества измерений на качество конечных результатов метрологической деятельности, методов и средств обеспечения единства измерений. Сущность всеобщего управления качеством (TQM). Философия стандартов ИСО серий 9000 и 1400. Нормативно- правовое обеспечение качества . Правовые основы нормирования качества продукции отрасли: нормативные документы устанавливающие требования к качеству продукции. Федеральный закон «О техническом регулировании» Принципы технического регулирования, Технические регламенты. Виды технических регламентов, порядок их разработки, принятия, изменения утверждения отмены. Ответственность за качество продукции. Формы и виды ответственности. Ответственность производителей за ненадлежащую информацию о качестве продукции.

### **Рабочая программа дисциплины «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** углубление лингвистических знаний, развитие коммуникативных навыков, повышение речевой и общей культуры студентов.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-4.

#### **Ожидаемые результаты.**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** структуру национального русского языка, иметь представление о границах литературного языка; основные нормы литературного языка

**Уметь и владеть:** пользоваться лингвистическими словарями, а также справочной литературой по русскому языку и культуре речи; строить высказывания и тексты в разных стилях литературного языка. основными лингвистическими терминами; основными нормами русского литературного языка как в письменной, так и в устной речи, уметь распознавать нарушения норм и выявлять причины этих нарушений. культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе; умение критически оценивать личные достоинства и недостатки; способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; способность придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни; владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций; способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;

**Краткое содержание дисциплины:** (название разделов или тем):

Изучение дисциплины «Русский язык и культура речи» является продолжением формирования навыков и умений владения устной и письменной речью, полученных в соответствии с программой по русскому языку для средней школы. Углубленное и системное изучение потенциальных возможностей языка как средства общения повышает уровень речевой культуры профессионально подготовленной личности, обеспечивает свободную ориентацию в любой коммуникативной среде, помогает, целенаправленно (применительно к условиям общения) отбирать соответствующие языковые средства, грамотно передавать информацию и воспринимать её, достигать максимального эффекта от коммуникативного процесса. Русский литературный язык. Кодифицированная и реальная норма. Нормы орфографии, орфоэпии, словообразования. Лексические и морфологические нормы. Функциональные стили речи. Стилистические нормы. Речевой этикет.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **«УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**

**(профиль «Маркетинг»)**

(Аннотация).

**Цели освоения дисциплины:** формировании у студентов знаний содержания и технологий управленческого консультирования и развития практических навыков в области исследования и поиска решений проблем управления. Управленческий консалтинг помогает ориентироваться в выборе стратегий развития организации в современной России, определять тенденции социально - экономического развития и управлять ими. Дисциплина ориентирует менеджера на деятельность, направленную на непрерывное развитие и генерирование изменений в организации,

направленную в конечном счете на увеличение прибыли; на непрерывный мониторинг рынка образовательных и консалтинговых услуг, прогнозирование, программирование и оптимизацию всей организационной структуры и увеличение управленческой рефлексии.

#### **Задачи освоения дисциплины:**

- сформировать представление о возможностях, которые предоставляют менеджерам организаций консультанты по управлению;
- на основе системного подхода сформировать представление о цикле консультирования, о задачах отдельных этапов консультирования;
- освоить концептуальную основу диагноза организационных проблем;
- сформировать у студента навыки анализа управленческой деятельности;
- ознакомить с современными технологиями управленческого консультирования, этапами этого процесса, со специфическими подходами, методами и процедурами;
- на основе ситуационного подхода изучить приемы и овладеть методами воздействия на систему клиента, методами оргдиагностики;
- сформировать некоторые навыки консультирования организаций по конкретным направлениям их деятельности;
- развить навыки информационного обеспечения процесса управленческого консультирования, разработки, реализации и оценки управленческих решений;
- рассмотреть этические аспекты консультирования, усвоить этический кодекс консультанта по управлению.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: **ОПК-7.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- задачи и методы управленческого консультирования;
- возможности и ограничения консультирования как вида профессиональной деятельности;
- процедуру поиска и выбора консультационной организации;
- методы оценки результативности консультирования.

#### ***Уметь:***

- использовать полученные знания для осуществления консультационной деятельности;
- анализировать предложения консультантов;
- использовать на практике рекомендации консультантов.

#### ***Владеть:***

- методами процессного консультирования управленческой деятельности, методами ее анализа и диагностики;
- навыками по проведению практических исследований



- навыками анализа проблемных ситуаций, по разработке предложений и рекомендаций, повышающих эффективность управленческой деятельности.

### **Содержание дисциплины:**

Цель, задачи, содержание и этика управленческого консультирования.

Изменение организации как сфера управленческого консультирования.

Процесс управленческого консультирования.

Методы управленческого консультирования.

Исследование организации и анализ организационных проблем.

Организация реализации проекта.

### **Рабочая программа дисциплины «НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** дать обучающимся систематизированные знания по актуальным теоретическим и практическим проблемам развития налоговой системы страны, ознакомить их с федеральными, региональными, местными налогами и специальными налоговыми режимами, обеспечить методологией расчета величин налоговых платежей, также выработать целостное представление о закономерностях развития налоговой системы РФ.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-3, ОПК-5**

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Основные внутренние, внешние факторы, условия осуществления и последствия принимаемых решений при налоговом планировании. Современные методы и приемы сбора, обобщения и анализа результатов изменения налоговой политики фирмы.

**Уметь:** Использовать различные приемы и методы обработки информации оценочных показателей при изменении налоговой политики. **Владеть:** Современными методиками расчета и оценки условий и последствий принимаемых решений; Методами интерпретации полученной информации для обоснования решений при обосновании налоговой политики.

### **Содержание дисциплины:**

ТЕМА 1. Общая теория налогообложения

ТЕМА 2. Налоговая система Российской Федерации

ТЕМА 3. Федеральные налоги и сборы. Налог на добавленную стоимость (НДС)

ТЕМА 4. Акцизы

ТЕМА 5. Налог на прибыль организаций

ТЕМА 6. Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)

ТЕМА 7. Налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ)

ТЕМА 8. Государственная пошлина

ТЕМА 9. Водный налог. Сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов

ТЕМА 10. Региональные налоги

ТЕМА 11. Местные налоги

ТЕМА 12. Специальные налоговые режимы

### **Рабочая программа дисциплины «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** - достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать универсальными и специализированными компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-7.

**Ожидаемые результаты.** Основными задачами изучения дисциплины «Физическая культура» наряду с реализацией общих требований, установленных в Государственном стандарте высшего образования, являются следующие:

- содействие гармоничному развитию личности будущего специалиста;
- обеспечение условий для естественного процесса физического развития студентов - достижение физической подготовки личности, соответствующей возрастным особенностям студентов;
- сохранение и укрепление здоровья студентов в период напряженного умственного труда в высшем учебном заведении;
- формирование посредством профессионально прикладной физической подготовки профессионально важных физических, психических и специальных качеств, обеспечивающих надежность выпускников в будущей трудовой деятельности;
- обеспечение физической подготовленности выпускников к послевузовской службе в Вооруженных Силах РФ.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Понимать:**

- сущность феномена физической культуры в современном обществе, ее возможности в воспитании гармонически развитого человека, в решении социальных задач по укреплению здоровья, подготовке к профессиональному труду и защите Родины;

- цели и задачи массового спорта, спорта высших достижений, их роль и значимость в современном обществе;
- интегральную составляющую учебной дисциплины «Физическая культура» в профессиональной подготовке бакалавра и специалиста, ориентированную на личностное развитие будущих профессионалов посредством расширения и углубления общегуманитарной образовательной базы в целом.

#### **Знать:**

- сущность понятий «Физическая культура личности» (ее содержание, структура, критерии и уровни проявления в социуме и личной жизни);
- сущность понятия «Здоровье» (его физическое, психическое, социальное и профессиональное проявления);
- сущность понятия «Здоровый образ жизни» (его составляющие и мотивация), а также их влияние на общую и профессиональную жизнедеятельность;
- социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;
- роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;
- методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности.

#### **Уметь:**

- самостоятельно методически правильно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;
- использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами спорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности (нравственно-волевых, коммуникативных, организаторских, лидерских, уверенности в своих силах, самодисциплины, гражданственности, патриотизма и др.).

#### **Владеть (обладать):**

- понятийным аппаратом в сфере физической культуры и спорта;
- личным опытом, умениями и навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей;
- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для ускорения освоения сугубо профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе; для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения;
- навыками рефлексии и самокоррекции, с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием;
- широким спектром ценностей мировой и отечественной физической культуры, спорта, оздоровительных систем для самоопределения,

профессионально-личностного и субъективного развития личности в физическом воспитании и самосовершенствовании.

**Содержание дисциплины:**

**Тема 1.** Методические основы физического совершенствования и самосовершенствования обучающихся. Положение о комплексе ГТО

**Тема 2.** Основы здорового образа жизни обучающихся; физическая культура в обеспечении здоровья; контроль и самоконтроль занимающихся физическими

**Тема 3.** Методика развития скоростных возможностей

**Тема 4.** Методика развития выносливости

**Тема 5.** Методика развития силы

**Тема 6.** Методика развития гибкости

**Тема 7.** Методика развития скоростно-силовых возможностей

**Тема 8.** Методика развития координационных способностей

**Тема 9.** Методика овладения прикладными навыками

**Тема 10.** Методика самооценки работоспособности, усталости, утомления, состояния здоровья и физического развития. Гигиеническо-восстановительные мероприятия после занятий физическими упражнениями

## **ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ.**

### **Рабочая программа дисциплины «АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** состоит в изучении и усвоении методологии, методики и техники анализа поведения потребителей.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:**  
ПК-9.

#### **Ожидаемые результаты**

Изучение учебной дисциплины студентами будет способствовать становлению их профессиональной подготовки и качеств, способности и готовности, прежде всего, к:

- пониманию содержания комплекса профессиональных знаний о практическом применении этого направления деятельности организации;

- системному мышлению, наличию теоретической и практической базы системного исследования при анализе проблем и принятии решений в области профессиональной деятельности;

- овладению умением построения модели реальной системы, разработки программы и применения методов, адекватных объекту и предмету исследования;

- анализу ключевых категорий, связанных с пониманием роли и значения исследовательской деятельности в управлении, а так же изучению методов исследования, наиболее эффективных для системы управления.

#### **Содержание дисциплины:**

Область применения результатов анализа в поведении потребителей (зачем изучать поведение потребителей и что делать с выводами). Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Культура общества как фактор влияния на поведение потребителей. Социальная стратификация общества, социальное положение и маркетинг. Малые группы и групповые коммуникации как фактор микровлияния на поведение потребителей. Домохозяйство и семья как фактор влияния на поведение потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие и обработка информации потребителем как основа принятия решения о покупке. Роль информированности и отношения к продукту в процессе формирования поведения потребителя. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Процесс принятия потребителем решения о покупке. Методы изучения поведения потребителей. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **«РЕКЛАМА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** получение студентами базовых представлений по основным направлениям организации и развития современной рекламы, также основных методов, инструментов и технологий, которые применяются в практической и профессиональной деятельности.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

#### **Ожидаемые результаты:**

Курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе теоретических исследований и практических наработок российской и зарубежных профессиональных школ рекламы. Он носит проблемный и прикладной характер.

В современном мире можно говорить о широком распространении и использовании обществом различных средств связи, информационных технологий, глобальной сети Интернет, что в свою очередь стремительно видоизменяет коммуникации в рекламной индустрии, определяя стратегические направления общей концепции развития коммерческой рекламной деятельности.

В рамках данного курса необходимо изучение, освоение и применение в практической хозяйственной деятельности традиционных маркетинговых коммуникаций, высокоэффективных рекламных технологий, различных подходов и

инструментальных средств их применения специалистами в области рекламы с целью эффективного применения в бизнесе.

### **Содержание дисциплины:**

Рекламные коммуникации. Сущность рекламы как разновидности коммуникации.  
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций  
История развития рекламы в России и за рубежом. Этапы развития рекламы  
Сегментация рынка и её роль в повышении эффективности рекламной коммуникации  
Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эволюция и сущность рекламно – маркетинговых стратегий  
Рекламная кампания как часть рекламной деятельности: понятие, классификация, этапы проведения; Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламных кампаний  
Маркетинговые исследования в подготовке и проведении рекламных кампаний. Исследования в рекламе и их роль в определении стратегии рекламной деятельности.

### **Рабочая программа дисциплины «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формировании у обучающихся компетенций в области использования информации, полученной в результате маркетинговых исследований, при разработке маркетинговой стратегии в организациях любой организационно-правовой формы (коммерческих, некоммерческих, государственных, муниципальных), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления, также в органах государственного и муниципального управления и структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-10.

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» разработана в целях обеспечения выполнения профессиональных задач

организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности

Органическая взаимосвязь и взаимообусловленность компетенций, реализуемая в учебной дисциплине «Маркетинговые исследования», формирует готовность обучающихся к использованию полученных в результате обучения знаний и умений в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской профессиональной деятельности, а также обеспечивает личностное развитие и решение задач гражданского воспитания.

#### **Содержание дисциплины:**

Сущность, предмет и методы маркетинговых исследований. Цель маркетинговых исследований. Принципы, на которых должны базироваться все исследования маркетинга.

Основные школы в теории маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как процесс. Последовательность этапов проведения исследования.

Понятие предмета маркетинговых исследований. Объект маркетинговых исследований. Методология маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований.

### **Рабочая программа дисциплины «БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** профессиональная подготовка и развитие у студентов теоретических знаний и практических навыков по составлению и анализу бизнес-планов предприятий различных отраслей. Получение студентами представления о содержании планирования как научной дисциплины, ознакомление их с основными понятиями, принципами, методологией, методиками планирования и анализа бизнеса. Также предусматривается систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по проблемам планирования.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины** ПК-13, ПК-14.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** требования к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; требования к оценке новых рыночных возможностей и формулировке бизнес-идей.

#### **Уметь:**

- применять оценочные процедуры в процессе принятия решений по новым рыночным возможностям и формулировке бизнес-идей

- применять оценочные процедуры к экономическим и социальным условиям осуществления предпринимательской деятельности

**Владеть:** современными средствами и методами оценки новых рыночных возможностей и формулировки бизнес-идей, современными средствами и методами оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

**Содержание дисциплины:**

Предпринимательство, бизнес и их место в экономике. Содержание предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательской деятельности. Понятие бизнеса как инициативной экономической деятельности. Объекты бизнеса. Планирование как концепция стратегического инструмента для обеспечения динамичного развития бизнеса.

Понятие и содержание бизнес-планирования. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.

Основы методологии бизнес-планирования. Стратегическая ориентация бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Подготовка бизнес-плана к реализации.

**Рабочая программа дисциплины  
«ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование у студентов необходимого объема фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для проведения работ по анализу функционирования рынка инноваций, выработке и менеджменту инновационных стратегий на разных уровнях: государство, регион, предприятие, управлению инновационными проектами. Изучая курс данный курс, студенты получают основы знаний по организации инновационной деятельности в нашей стране в условиях развития рыночных отношений. В связи с этим в курсе даются основные дефиниции, раскрывающие сущность инновационного менеджмента в его основных формах, раскрывается содержание отдельных видов инновационной деятельности. Особое внимание в курсе уделяется вопросам управления инновациями, оценке эффективности их внедрения и возникающих при этом рисков, а также формам государственного регулирования инновационных процессов в переходной экономике России.



## **Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-15.**

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные положения инновационных стратегий на рынке на разных уровнях управления: государство, регион, предприятие; сущность инновационной стратегии производственных и финансово-кредитных структур; зарубежный опыт формирования и реализации инновационного менеджмента, его роли и места в стратегии экономической безопасности;

**Уметь:** успешно применять полученные знания в практической деятельности; оценивать научно-технический потенциал.

**Владеть:** навыками формулирования обоснованных выводов и подготовка необходимой информации для принятия управленческих решений; методами определения проблем формирования организационно-экономических механизмов нововведений на уровне корпоративных экономических структур.

### **Содержание дисциплины:**

Нововведения: определение, сущность. Нововведения как объект инновационного управления. Инновационная деятельность и инновационный процесс. Субъекты и объекты в инновационной сфере. Источники нововведений.

Жизненный цикл нововведений. Типология инноваций. Рынок инноваций. Разработка программ и проектов нововведений. Создание благоприятных условий нововведений.

Инновационный менеджмент, его возникновение и становления. Теория длинных волн Кондратьева. Й. Шумпетер и его определения инноваций. Основные черты и формы инновационного менеджмента. Цели, задачи и функции инновационного менеджмента. Место инновационного менеджмента в комплексе дисциплин по теории и практике управления.

Организационные формы интеграции науки, образования и производства в рыночной экономике. Формы инновационного менеджмента. Новые прогрессивные организационные формы: научные и технологические парки, бизнес-инкубаторы. Формы и методы управления инновационной деятельностью на разных уровнях управления. Программно-целевые методы выбора приоритетов и отбора важнейших научно-технических и инновационных программ. Управление инновационными проектами. прогнозирование в инновационном менеджменте. Инновационные игры. Роль ФПП в организации управления.

Риск в условиях рыночной экономики и предпринимательства. Понятие венчурного бизнеса. Венчурное предпринимательство в России. Характеристика основных типов венчурных фирм. Сущность венчурного капитала. Процесс формирования венчурного капитала. Финансовое обеспечение рискованного бизнеса. Источник венчурного капитала. Неформальный рынок венчурного капитала. Проблемы венчурного бизнеса и способы их решения. Государственная поддержка инновационного венчурного бизнеса.

Инновационный цели. Инновационный потенциал. Инновационный климат. Инновационная позиция организации. Инновационная активность организации.

Типология предприятий. Показатели развития инновационной сферы. Типология инновационных стратегий. Методы выбора инновационных стратегий. Выработка и механизм реализации инновационных стратегий корпораций, предприятий и организаций. Инновационный менеджмент и стратегическое управление.

Типы специалистов, занятых в инновационной деятельности. Мотивация работников в инновационной сфере. Сопротивление инновациям и способы их преодоления. Кадровое планирование инновационной деятельности. Методы активизации творческого труда.

Сущность и классификация инновационных проектов. Структура инновационного проекта. Методы оценки эффективности инновационного проекта. Требования к качеству решений. Оценки рисков при принятии решений об инновационном проекте. Экономическое обоснование решений.

Источники финансирования инновационной деятельности в РФ. Источники финансирования инновационной деятельности зарубежом. Формы финансирования инновационной деятельности. Критерии инвестиционной привлекательности.

Интеллектуальная собственности инновационный менеджмент. Авторское право. Патентное право. Лицензии и их виды. Товарные знаки. Ноу-хау. Защита интеллектуальной собственности в РФ.

Цели и задачи политики. Субъекты и объекты политики. Основные принципы. Механизм формирования и реализации государственной научно-технической и инновационной политики. Прямые и косвенные методы государственной поддержки развития инновационной сферы. Инновационные фонды.

Государственное регулирование инновационных процессов в России. Внебюджетные формы поддержки инновационной деятельности. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности.

Формы и методы развития и поддержки инновационного бизнеса в США, странах Западной Европы, Японии и др. странах с позиции обеспечения своевременного распространения новшеств, достижения высокой конкурентоспособности товаров и развития экономики страны в целом.

### **Рабочая программа дисциплины «СОВРЕМЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** состоит в теоретической и практической подготовке студентов в области применения инструментария цифрового маркетинга.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:

**ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

Изучение учебной дисциплины студентами будет способствовать становлению их профессиональной подготовки и качеств, способности и готовности, прежде всего, к:

- пониманию содержания комплекса профессиональных знаний о практическом применении интернет-маркетинга в деятельности организации;
- системному мышлению, наличию теоретической и практической базы системного исследования при анализе проблем и принятии решений в области профессиональной деятельности;
- овладению умением построения модели реальной системы, разработки программы и применения методов, адекватных объекту и предмету исследования;
- анализу ключевых категорий, связанных с пониманием роли и значения исследовательской деятельности в управлении, а так же изучению методов исследования, наиболее эффективных для системы управления.

**Содержание дисциплины:**

Цифровая экономика (digital economy)

Интернет-маркетинг (цифровой маркетинг) и его мероприятия

Торговля в интернете

Инструменты коммуникаций в интернет-маркетинге

**Рабочая программа дисциплины  
«АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** развить системный подход к антикризисному управлению на предприятии, дать полное представление о современных методах и механизмах антикризисного управления, обратив при этом внимание на опыт отечественных предприятий в данной области. В структуре основной образовательной программы дисциплина направлена на формирование углубленного понимания сущности, форм проявления, закономерностей возникновения экономических кризисов, изучение методов исследования и проектирования организации антикризисного управления, знакомство с российским и зарубежным опытом преодоления кризисных ситуаций.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-16.**

**Ожидаемые результаты:** Изучение дисциплины «Антикризисное управление» позволит подготовить специалистов, владеющих общими и

специальными знаниями, умениями и навыками, необходимыми для решения специфических профессиональных задач в области антикризисного управления, а именно:

- оценивающих объективную природу кризиса, как характерного этапа развития любой управляемой системы; и оценивающих специфичность кризиса, как этапа, требующего особой управленческой деятельности;
- понимающих, что развитие организации, как объекта управления, сопровождается соответствующими типичными видами кризиса, различными формами его проявления;
- представляющих, что задачей любого руководителя является исполнение тактических и стратегических мероприятий по превентивной диагностике и управлению кризисом;
- понимающих, что возможно не только снизить негативные последствия проявления кризиса, но и сформировать пути оздоравливающего влияния кризиса на последующее развитие управляемого объекта;
- представляющих, что в зависимости от глубины и характера кризиса антикризисные управленческие действия могут оказаться недостаточными или неэффективными;
- готовых к тому, что осуществив квалифицированный менеджмент по отношению к одному кризису, необходимо не только проанализировать все произошедшее, но и на основании полученного опыта быть готовым к превентивной профилактике будущих кризисов.

**Содержание дисциплины:** Кризисы и их роль в социально-экономическом развитии. Природа экономических кризисов: закономерности и современные тенденции. Основные черты антикризисного управления. Государство и его роль в антикризисном управлении. Предприятие как субъект и объект антикризисного управления. Диагностика финансового состояния и платежеспособности предприятия. Процедура банкротства предприятия. Стратегическое планирование как основа антикризисного управления. Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Инновационный менеджмент в антикризисном управлении. Основные направления финансового оздоровления российских предприятий. Зарубежный опыт антикризисного управления.

**Рабочая программа дисциплины  
«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на теоретическую и практическую подготовку студентов области применения и управления системой маркетинговых коммуникаций, и

заключается в изучении аспектов деятельности в области маркетинговых коммуникаций и формирования у студентов навыков применения основных и синтетических инструментов маркетинговых коммуникаций в будущей профессиональной деятельности.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-9, ПК-12.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** - теорию и практику разработки комплекса маркетинговых коммуникаций фирмы;  
- сущность и основы разработки маркетинговой стратегии организаций;

**Уметь:**

- анализировать и интерпретировать данные полевых и кабинетных исследований, работать в команде, с целью разработки мероприятий по реализации маркетинговой стратегии организации;

**Владеть:** - способностью и навыками анализа рынка сбыта товаров и услуг организации, разработки и осуществления в соответствии с этим необходимых мероприятий по реализации маркетинговой стратегии компании;

**Содержание дисциплины:**

Деятельность организации как система. Комплекс маркетинга. Понятие и сущность маркетинговых коммуникаций. Место маркетинговых коммуникаций в реализации концепций управления рыночной деятельностью. Место маркетинговых коммуникаций в маркетинговой деятельности организации и системе ее менеджмента. Роль продвижения в комплексе маркетинга. Основные инструменты системы маркетинговых коммуникаций

Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций. Синтетические средства маркетинговых коммуникаций. PR и брендинг. Фандрайзинг. Реклама. Внутрикорпоративный PR и КСО. Стимулирование сбыта. Мерчендайзинг. Инновации и бенчмаркинг. Ценовая стратегия. Стратегия позиционирования.

Когнитивный аспект коммуникационного воздействия. Эмоциональный аспект коммуникационного воздействия. Поведенческий аспект коммуникационного воздействия. Суггестивный аспект коммуникационного воздействия.

Ресурсы для организации маркетинговых коммуникаций. Организация рекламной деятельности на предприятии. Участие в выставках и ярмарках. Организационные основы внутрикорпоративных связей с общественностью.

Определение плана коммуникативной деятельности. Этапы планирования. Контроль.

**Рабочая программа дисциплины  
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Менеджмент организации»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** получение теоретических знаний и практических навыков студентами в области предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики. В процессе изучения данной дисциплины студенты приобретают знания и навыки в вопросах выбора сферы и организационно-правовой формы предпринимательской деятельности, овладевают функциями и основными принципами ведения предпринимательской деятельности.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-13.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** целевое назначение, структуру и содержание бизнес-плана коммерческой организации

- системообразующие элементы предпринимательства; факторы, образующие внешнюю и внутреннюю среду предпринимательских структур; ключевые этапы динамического цикла предпринимательской деятельности

**Уметь:** идентифицировать факторы формирования предпринимательской среды  
- проводить классификацию предпринимательской деятельности по комплексу критериев; осуществлять сбор и обработку аналитических данных для оценки роли, места и перспектив развития предпринимательства в экономике страны

**Владеть:** терминологическим аппаратом теории предпринимательства; методикой оценки тенденций и перспектив развития предпринимательства;  
- навыками реорганизации и ликвидации предпринимательской организации, завершения деятельности в качестве индивидуального предпринимателя

#### **Содержание дисциплины:**

Общая характеристика предпринимательства Основные понятия, термины и их определение. Эволюция понятия «предпринимательство». Личность и предпринимательство. Предпринимательская способность. Определение предпринимательства. Различие экономической и предпринимательской деятельности. Предприниматель и бизнесмен.

Классификация предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности. Конституционное исключительное право гражданина распоряжаться своими способностями к труду. Предпринимательская деятельность, ее правовое определение и связь с организационно-правовой формой. Разнообразие предпринимательской деятельности и специфика различных сфер деятельности. Предпринимательство в различных отраслях. Способы создания собственного дела. Принципы создания собственного дела. Предпринимательская идея и этапы организации предприятия. Порядок учреждения, комплект учредительных документов, регистрация, лицензирование, аттестация и аккредитация предпринимательских структур.

Использование экономических, технических и социальных новшеств как возможности получения временного преимущества предпринимателя и обеспечения монополии на рынке.

Инновационная стратегия - непрерывный поиск источников инноваций.

Общие черты и черты различия понятия «бизнес», «менеджер» «бизнесмен». Научные основы менеджмента. Принятие предпринимательского решения. Информационная система (ИС) управления фирмой: сущность и роль в управлении бизнесом. Бизнес планирование в деятельности предпринимателей. Бизнес-план и стратегия предпринимательства. Предпринимательские стратегии и стратегии маркетинга; учет глобальной тенденции к индивидуальному предложению

Характеристика целей и принципов государственной политики в области развития предпринимательства. Федеральные и региональные органы регулирования, поддержки и развития малого и среднего предпринимательства.

Расходы предприятия и себестоимость продукции. Оценка результатов деятельности. Доходы в предпринимательской деятельности. Формирование, распределение и использование прибыли. Экономическая эффективность: параметры и механизмы обеспечения.

### **Рабочая программа дисциплины «БЕНЧМАРКИНГ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** состоит в изучении основных положений, категорий и закономерностей бенчмаркинга как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения как новой парадигмы маркетинговой деятельности, а также применение бенчмаркингового подхода к управлению бизнес - процессом в различных сферах экономики. Бенчмаркинговый подход существенно изменяет процедуру принятия решения в маркетинге.

Традиционно маркетинговые решения принимались на основе изучения рынка, маркетинговых исследований и интуиции менеджеров. Сегодня для обоснованности стратегий маркетинга, а также обеспечения конкурентоспособности фирмы и ее устойчивого положения необходимо изучать опыт деятельности и поведение на рынке лидеров бизнеса.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:

#### **ПК-11.**

##### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: историческое развитие бенчмаркинга, этапы развития бенчмаркинга.

уметь: пользоваться теорией, методами и приёмами принятия эффективных решений, встречающихся в теории и на практике бенчмаркинга.

владеть: экономическими, экономико-математическими и статистическими

методами, которые применяются для решения поставленных целей.

### **Содержание дисциплины:**

Основные понятия: социальные технологии и маркетинговые технологии. Природа маркетинговых технологий. Классификация технологических систем в маркетинге: экономических (реинжиниринг, аудитинг, бизнес - план и др.), социотехнологий (PR, реклама, брендинг, маркетинг событий, маркетинг отношений и др.).

Методы организации управления маркетинга. Технологии социальной ответственности и социального партнерства. Маркетинг партнерских отношений.

Методология анализа. Факторы, снижающие эффективность маркетинговых технологий. Методы адаптации зарубежного опыта в российских условиях. STEP - факторы, SWOT - анализ. Директ - маркетинг. Причины и особенности искажения международного опыта в России.

Предмет, особенности и основные принципы прогнозирования конъюнктуры. Методы прогнозирования потребностей и спроса. Методы оценки и выбора альтернатив, системно - логические и интуитивно - творческие методы. Социокультурные, политические и психологические модели и технологии рыночной деятельности в России.

## **Рабочая программа дисциплины «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Целью освоения дисциплины** состоит в формировании у бакалавров теоретических знаний по дисциплине, понимание основных этапов стратегического маркетингового планирования.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-9.**

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

Основными задачами дисциплины является изучение:

- системы маркетинговых стратегий компании, разрабатываемых на различных уровнях управления, рассматривая при этом маркетинговую стратегию как часть корпоративной системы управления;
- стратегических моделей и матриц для маркетингового управления потенциалом компании, ее поведением на рынке, выбором конкурентной позиции;
- технологии формирования маркетинговой стратегии для удовлетворения потребительских предпочтений, обеспечения конкурентного преимущества и разработки комплекса стратегических мероприятий компании по достижению



поставленных целей; механизмов управления товарными рынками, ценовой политикой

— предприятия, системами сбыта и распределения продукции, системой

#### **Содержание дисциплины:**

Понятие стратегии. Понятие стратегического маркетинга. Место стратегического маркетинга в общей стратегии развития компании.

Эволюционное возникновение стратегического маркетинга как поэтапное развитие двух теорий - маркетинга и внутрифирменного планирования (менеджмента). Отличительные черты стратегии. Включение маркетинга в стратегическое управление фирмой.

Типы стратегических задач на различных уровнях стратегии. Стратегический маркетинг. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии. Элементы стратегического маркетинга.

Определение и анализ рынка, доля рынка, динамика. Изучение поведенческой реакции покупателя. Макро - и микросегментирование. Методы сегментирования рынка. Анализ потребностей посредством сегментации.

### **Рабочая программа дисциплины «ЛОГИСТИКА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** Преподавание и изучение учебной дисциплины направлены на профессиональную подготовку и развитие студентов теоретических знаний и практических навыков в области логистической деятельности, понимать и принимать концепцию логистики, знать основные способы логистической организации процессов.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** - приемы, методы и особенности организации управления запасами в организации; шесть правил логистики;

- научные основы управления перегрузочными процессами и транспортно-складскими операциями при продвижении материального потока;

#### **Уметь:**

- определять способы оптимизации затрат в логистических цепях;

- рассчитывать экономический эффект от применения логистики;

#### **Владеть:**

- специальной экономической и управленческой терминологией;

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя различные источники, в том числе современные информационные технологии;

### **Содержание дисциплины:**

Предмет, метод и задачи дисциплины. Определение, задачи и функции логистики. Факторы развития логистики. Уровни развития логистики. Организационная структура логистики на предприятии.

Характеристика функциональных областей логистики. Функции логистики и их роль в системе цепи поставок. Характеристика методов решения логистических задач. Модель SCM – управление цепями поставок. Классификация цепей поставок. Основные понятия транспортной логистики. Сущность транспортировки и ее роль в цепях поставок. Алгоритмы реализации функции «Управление распределением». Задачи маркетинга в процедуре управления распределением. Политика обслуживания клиентов. Основные категории потребительского сервиса. Логистический сервис и его составляющие.

### **Рабочая программа дисциплины «ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** является реализация требований к освоению соответствующих компонентов профессиональных компетенций, усвоение студентами основных понятий финансового менеджмента и основных механизмов управления финансовыми ресурсами хозяйствующего субъекта, а также выработка практических навыков расчетов базовых показателей, характеризующих качественный уровень финансового менеджмента в организации.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-10, ПК-16.

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные положения нормативных и правовых документов в сфере своей деятельности; сущность организационно-управленческих решений, их типологию и применение в практической деятельности руководителя; основы проведения анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций.

**Уметь:** работать с нормативными документами, регулирующими его деятельность; использовать нормативно-правовую документацию при решении конкретных задач своей деятельности; принимать организационно-управленческие решения в зависимости от влияния факторов внешней и внутренней среды организации; осуществлять анализ и формировать межличностные, групповые и организационные коммуникации на предприятии с учетом вида экономической деятельности.

**Владеть:** опытом адаптации своей деятельности, связанной с обновлениями нормативно-правовых документов; навыками составления нормативной документации для своей деятельности.; способностью проводить анализ и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации при решении поставленных задач.

**Содержание дисциплины:** Концептуальные основы финансового менеджмента. Предпринимательский и финансовый риск в деятельности предприятия и их оценка. Управление денежными потоками. Управление инвестициями. Управление активами предприятия. Управление источниками финансирования. Финансовая стратегия и тактика на предприятии. Прогнозирование и планирование в финансовом управлении предприятием. Специальные вопросы финансового менеджмента.

### **Рабочая программа дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
**(Аннотация)**

**Цели освоения дисциплины:** формирование у студентов необходимого объема фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для проведения работ по анализу функционирования рынка, выработке и реализации стратегий на разных уровнях: государство, регион, предприятие, управлению проектами.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-13.**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** принципы, способы и методы оценки типовых проектов; подходы к управлению проектами; основы управления проектами; новейшие информационные технологии и программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач; критерии эффективности применения современных технологий.

**Уметь:** разрабатывать типовые проекты и проводить их оценку; анализировать и выявлять необходимость применения новых технологий и программного обеспечения; обоснованно предлагать применение инновационных технологий и программного обеспечения; разрабатывать инновационные проекты и проводить оценку эффективности их внедрения

**Владеть:** современным инструментарием управления проектами; методами оценки эффективности внедрения типовых проектов, программным обеспечением, необходимым для решения профессиональных задач; методами анализа эффективности применения современных технологий

**Содержание дисциплины:**

Цели, задачи и структура курса. История управления проектами. Система стандартов в области управления проектами. Проект, программа. Классификация проектов. Цели и стратегии проекта.

Определение понятия «процесс». Типы процессов, выполняемые командой проекта Проектирование как прогноз создаваемой организации. Основные этапы процесса прогнозирования. Проектирование оргструктуры. Экспертные системы и инвестиционное проектирование.

Цель как основа прогноза. Целеполагание. Формулировка целей. Документ, утверждающий цели проекта. Главная цель и цели ориентиры.

Управление рисками проекта. Риски, определение и классификация.

Управление персоналом в проекте. Организационное планирование проекта. Подбор персонала. Развитие команды проекта.

### **ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ** **Рабочая программа дисциплины** **«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** обучения студентов современным технологиям продаж потребительских товаров, применяемых в оптовых и розничных торговых организациях и предприятиях; научить применять знания об основных элементах процесса персональных продаж: определении потенциальных покупателей, выявлении их потребностей, формировании желания купить, преодолении возражений и др.; дать знания об особенностях современных технологий продаж и оправданию целесообразности их применения в конкретных условиях деятельности различных субъектов рынка.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

владеть знаниями в области организации и управления продажами;

демонстрировать навыки разработки системы организации, руководства и контроля системы продаж;

#### **Содержание дисциплины:**

Базовые понятия и определения дисциплины, такие как «товар», «рынок», «организация товароснабжения». Общее представление о сущности и ролевой значимости торговли и торговой деятельности.

Понятие сферы обращения, функции рынка, товар, структуры и инфраструктура рынка, функции торговли. Понятие формирования механизма организации продаж, показатели, характеризующие качество розничной сети,

материально-техническая база, виды помещений. Технология товародвижения на складе. Складской технологический процесс и его составные части. Значение закупок и оптовой продажи товаров. Показатели эффективности оптовой продажи товаров. Правило торговли регулирующие деятельность торговой организации. Особенности торговли отдельными группами потребительских товаров. Значение закупок и розничной продажи товаров. Показатели эффективности розничной продажи товаров. Сущность и показатель рациональной организации товароснабжения и товародвижения. Принципы управления торговым маркетингом. Корпоративная стратегия маркетинга, понятия и категории.

### **Рабочая программа дисциплины «ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цель:** создать благоприятные условия для формирования системы представлений о психологических механизмах и закономерностях делового общения людей в условиях выполнения профессиональной деятельности, для освоения социально-психологических знаний в области психологии деловых отношений.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

#### **Ожидаемые результаты.**

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать:** моральные принципы, нормы и правила этикета; нравственные требования к взаимоотношениям деловых людей; современные технологические, этические и психологические требования к основным формам делового общения; различные технологии, правила и приемы эффективного общения; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций;

**Уметь:** распознавать различные типы личностей в коллективе и использовать соответствующие им приемы общения; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений; организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; применять различные правила и приемы эффективного общения.

**Владеть:** навыками делового общения и высокой культурой взаимоотношений с коллегами, деловыми партнерами (клиентами, посетителями). навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении; навыками извлечения необходимой информации в процессе общения; различными способами разрешения конфликтных ситуаций; навыками

деловых коммуникаций; методами формирования и поддержания этичного климата в организации.

#### **4. Краткое содержание дисциплины:**

Общие представления об общении: стили, уровни и стратегии. Функции общения и факторы, детерминирующие его. Средства и этапы общения. Структура общения: коммуникация, перцепция и интеракция. Барьеры общения. Виды общения. Понятие делового общения и его теоретические основания. Деловое общение как межличностное взаимодействие.

Деловое общение: структура, функции, виды и формы. Деловая беседа: виды и функции. Этапы проведения деловой беседы и позиции участников в ней. Основные формы и психологические аспекты делового совещания. Психологические особенности публичного выступления. Деловые переговоры. Спор, дискуссии, полемик в деловом общении.

Профессиональная этика и ее виды. Этика и этикет в деловом общении. Деловая этика: понятия, функции и задачи. Элементы, задачи, специфика и принципы деловой этики. Корпоративная этика. Административная этика. Управленческая этика. Основные понятия производственной этики.

Технологии делового общения. Классификация техник активного слушания: постановки вопросов, малого разговора, вербализации. Техники регуляции эмоционального напряжения. Техника эффективной похвалы. Техника использования «Ты-высказываний» и «Я-высказываний». Психологические приемы влияния на партнера в деловом общении. Репрезентативные системы и их учет в деловом общении.

### **Рабочая программа дисциплины «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности (поиск необходимых сведений, осуществление деловых контактов, устное общение, умение фиксировать информацию и т.д.), а также - для дальнейшего самообразования (для дальнейшей учебной деятельности, изучения зарубежного опыта в профилирующей области науки и техники и т.д.).

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** основные особенности грамматического и лексического строя изучаемого языка.

**Уметь:** использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности.

**Владеть:**

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.

**Содержание дисциплины:**

Резюме. CV. Сопроводительное письмо. Виды сопроводительных писем. Деловое письмо. Виды деловых писем. Деловые встречи. Особенности организации деловых встреч. Переговоры. Тактика ведения переговоров. Презентации. Подготовка презентации. Электронное сообщение. Факс. Ведение телефонных переговоров. Основы управления. Стили управления. Стратегический менеджмент.

**Рабочая программа дисциплины**

**«ЭТИКА В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** дать обучающимся систематизированные знания по актуальным теоретическим, методическим проблемам активного обучения, сформировать у них целостные представления о видах, содержании и особенностях этики управленческой деятельности и маркетинга, умения и навыки делового общения при проведении переговоров, заключении контрактов и иных форм делового общения, организации грамотной управленческой работы

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению в ходе профессиональной деятельности различных форм управления, делового общения, соблюдения этических норм, достижения конкретных результатов и целей в ходе деловых контактов с партнерами и подчиненными, грамотного ведения документов и переписки.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основы культурологи, способствующие общему развитию личности, обеспечивающие формирование мировоззрения и понимание современных концепций картины мира; основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления.

**Уметь:** применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; применять понятийно - категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности.

**Владеть:** навыками целостного подхода к анализу проблем общества; пониманием законов развития и значением гуманистических ценностей.

**Содержание дисциплины:**

Тема 1. Организация как система управления.

Тема 2. Виды конфликтов в организации, методы и технологии их преодоления.

Тема 3. Стили руководства, формирование имиджа руководителя.

Тема 4. Этика в управленческой деятельности, ее содержание, виды и роль.

**Рабочая программа дисциплины  
«ЭКОНОМИКА И СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** овладение основными принципами и методами анализа рынка труда, занятости, их регулирования, практическими навыками организации и учета труда на предприятии.

Междисциплинарный характер дисциплины позволяет сочетать методы экономических наук и социологии в изучении таких проблем, как общие представления о труде, как основе экономики, рынок труда и занятость населения, безработица и политика ее минимизации, производительность, организация, нормирование труда, классификация и учет персонала предприятия, движение кадров, формы и системы оплаты труда, социальные проблемы труда.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-15.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** понятия и определения труда, рынка труда, занятости, безработицы

- концепции рынка труда и занятости, развиваемые в рамках основных направлений экономической мысли

- круг проблем организации труда на предприятии

- вопросы оплаты труда на предприятиях

- теорию социального развития и социологических подходов к исследованию проблем развития предприятий



**Уметь:** собирать и обрабатывать данные государственной статистики по вопросам труда, занятости, безработицы, оплаты труда на предприятиях

- анализировать в устной форме, а также в форме рефератов, аналитических записок, докладов ситуацию на рынке труда, в сфере занятости в экономике страны, региона, муниципального образования

- анализировать ситуацию и давать рекомендации по совершенствованию организации и учета труда на предприятии

- анализировать ситуацию и давать рекомендации по повышению производительности труда на предприятии

- анализировать ситуацию и давать рекомендации по совершенствованию оплаты труда на предприятии

- организовывать и проводить социологическое обследование в коллективе предприятия

**Владеть:** профессиональной терминологией в области статистических исследований и расчетов процессов в сфере труда; современными техническими средствами обработки экономической информации; основными навыками построения аналитических таблиц и их интерпретации

**Содержание дисциплины:**

Понятие труда и его роль в человеческом обществе. Специфика труда, как товара в условиях рыночной экономики. Разделение и специализация труда. Основные характеристики рынка труда и занятости в Российской Федерации. Социально-экономические проблемы безработицы. Производительность труда, организация и нормирование труда.

Персонал предприятия, движение кадров. Формы и системы оплаты труда. Социологические проблемы труда.

**Рабочая программа дисциплины  
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формированию у обучающихся компетенций, теоретических и практических навыков в области принятия решений в сфере управления территориями с учетом особенностей национально-государственного и административно-территориального устройства страны, а также в области экономического и специального районирования. Студенты получают представление о научных основах экономической географии, начнут лучше понимать современный этап развития общества, ориентироваться в событиях, происходящих в мире, оценивать реальную конкурентоспособность государств и регионов.

В структуре основной образовательной программы дисциплина направлена на формирование углубленного понимания сущности управленческой деятельности.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:

### **ПК-15.**

#### **Ожидаемые результаты**

При изучении дисциплины поставлены следующие задачи:

- научиться применять количественные и качественные методы для анализа социально-экономических процессов на отраслевом, региональном и народнохозяйственном уровнях
- знать систему мер государственного и муниципального воздействия, направленных на повышение конкурентоспособности регионов и улучшение качества жизни населения
- уметь оценивать потенциал социально-экономических систем и выделять факторы, определяющие территориальную организацию населения и хозяйства;
- ознакомиться с научными основами экономической географии и регионалистики и с современной территориальной организацией населения и хозяйства регионов России и мира;
- изучить методологии исследования социально-экономических процессов на определенных территориях, а также эволюцию представлений о закономерностях территориальной организации населения и хозяйства;
- освоить методику расчета показателей, характеризующих состояние и динамику населения и производственных ресурсов, теоретические и прикладные аспекты анализа демографической ситуации, развития отраслей производственной и непроизводственной сферы, инфраструктуры и т.д.;
- научиться использовать социально-экономическую статистику для выявления тенденций размещения и движения населения;
- уметь ставить и решать задачи территориальной организации населения, оценивать и использовать социально-экономические факторы движения населения, решать региональные проблемы оптимизации использования ресурсов.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Теоретические основы курса и экономико-географическая характеристика РФ

Тема 2. География населения: территориальные особенности демографического развития

Тема 3. Общие закономерности территориальной организации населения и развития хозяйства, рыночной инфраструктуры и предпринимательства

Тема 4. Региональная интеграция на постсоветской территории

Тема 5. Интеграция России в мировое хозяйство

Тема 6. Экономическое районирование, типология районов и регионов России

Тема 7. Сравнительный анализ тенденций и особенностей Социально-экономического развития регионов России и мира

**Рабочая программа дисциплины  
«ЛИДЕРСТВО И УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование компетенций, направленных на мотивирование и стимулирование персонала организаций, обеспечения контроля за деятельностью команд (групп) работников с целью использования полученных знаний в практической деятельности, формирование целостных представлений о теории и практике лидерства как определяющего фактора эффективности работы на всех уровнях в организации.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** Виды и методы организационного планирования; Основные теории и концепции взаимодействия людей в организации; Принципы и методы мотивации; Основы групповой динамики и командообразования; Основы лидерства и управления конфликтами; Основы коммуникаций; основы и принципы выстраивания карьеры сотрудника.

**Уметь:** Организовывать командное взаимодействие для решение управленческих задач; Диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; Разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации; Диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений.

**Владеть:** Современными технологиями влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; Современным инструментарием управления человеческими ресурсами; Навыками деловых коммуникаций; Методами планирования деловой карьеры.

**Содержание дисциплины:**

Управленческая деятельность. Ее основные специфические черты. Цели и задачи управленческой деятельности в области управления изменениями. Основные направления (функции) управленческой деятельности в данной сфере.

Лидерство и власть в современных организациях.

Формальное и неформальное лидерство. Успешное и эффективное лидерство по Б.Бассу. Источники стремления к лидерству (А.Адлер, Э.Фромм). Теории лидерства как отдельной личностной черты.

Профессионализм. Приращение профессионализма. Служебно-профессиональное продвижение как предлагаемая организацией последовательность различных ступеней: должностных позиций, рабочих мест,

положений в коллективе, которые сотрудник потенциально может пройти. «Карта» служебно-профессионального продвижения.

Компетенция. Профессиональные компетенции. Концепция развития профессиональных компетенций. Групповой уровень развития компетенция. Индивидуальный уровень развития компетенций.

### **Рабочая программа дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формировании у обучающихся компетенций, теоретических и практических знания в сфере организационной деятельности и управления изменениями в организации, изучения технологий и методов управления организационной культурой, обладание знанием и способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений, сформировать у студентов понимание проблемы изменений и создать необходимые предпосылки для управления этим процессом в реальных условиях, расширение теоретических знаний и развитие практических умений будущих менеджеров в использовании современных подходов в управлении организацией.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** возможности формирования, поддержания и изменения организационной культуры, методы познания сотрудниками организационной культуры, проблемы и особенности национального менталитета в организационной культуре, методы управления организационной культурой.

**Уметь:** анализировать влияние организационной культуры организации на эффективность, определять стратегии развития; различать особенности и факторы, влияющие на нее, формулировать задачи и функции службы управления персоналом организации.

**Владеть:** навыками анализа организационной культуры, оценки параметров культуры, управления поведением индивида и группы в соответствии с организационной культурой, соответствующей критериям эффективности деятельности, методами формирования, поддержания и изменения, а также исследования организационной культуры, навыками обобщения и использования передового опыта в управления организационной культуры.

**Содержание дисциплины:** Предмет, цели и задачи освоения дисциплины. Культура как социальный феномен. Элементы культуры, культурные комплексы и конфигурации. Представление о культуре в различных науках. Культура как целостная система ценностей. Социологические, исторические, нормативные,

психологические, дидактические и антропологические определения культуры. Культура как духовное и материальное, культура вне и внутри личности. Культура, организация, организационная культура. Основные термины и понятия. История возникновения понятия организационной культуры. Причины научного интереса к организационной культуре. Основные атрибуты организационной культуры. Корпоративная и организационная культуры. В.А. Спивак: организационная культура как общее, а корпоративная культура как частное. Культура как контроль. Культура как нормативный порядок. Структурные элементы корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические).

Культура как совокупность моделей выполнения работ, делового взаимодействия, межличностного общения. Материальная культура организации, ее измерение и оценка. Культура организации труда и производства, ее измерение и оценка. Культура условий труда, безопасность труда, их измерение и оценка уровня. Культура управления, проявление культуры руководителя в моделях его трудового поведения.

Цели типологизации организационных культур. Общая характеристика типологии организационных культур.

Классификация М.К. де Врие и Д. Миллера. Типология культур по признаку свойственного им взаимоотношения полов. (С. Медок и Д. Паркин). Четыре типа организационных культур. Инструменты оценки типа культуры. Профили организационной культуры. Типология С. Ханди – культура власти, роли, задачи, личности. Культура «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи» (М. Бурке). Корпоративный тип культуры, консультативный, «партизанский», предпринимательский (Р. Акофф). Культура высокого риска и быстрой обратной связи, культура низкого риска и быстрой обратной связи, культура высокого риска и медленной обратной связи, культура низкого риска и медленной обратной связи (А.А. Кеннеди). Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед). Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Клукхона, Ф.Л. Штротбека). Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная).

Научные объяснения феноменологии преданности организации. Д. Тибо и Г. Келли о факторе «взаимного обмена вознаграждения и наказания» в контексте взаимодействия. Теория референтной группы в современной западной социальной психологии (Г. Хайман, Т. Ньюком, М. Шериф, Г. Келли и другие). Когнитивистская ориентация (Т. Ньюком). Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер). Теория Шутца о феномене межличностных отношений совместимости. Теория привязанности и концепция «внутренней рабочей модели» Боулби. Мейер и Аллен: рассмотрение трех измерений привязанности к организации – эмоционального, нормативного и текущего.

**Рабочая программа дисциплины  
«УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** является формирование готовности студентов к использованию знаний о закономерностях возникновения, развития, разрешения и профилактики конфликтов в процессе управления, а также развитие таких личностных качеств, как: способность к рефлексии, самопознанию и самовоспитанию.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** знать: место конфликтологии в структуре гуманитарной подготовки специалиста; основные причины и типы конфликтов, закономерности их возникновения, развития и разрешения.

**Уметь:** уметь: предупреждать, регулировать и разрешать типичные конфликты; проводить диагностику конфликта для его оптимального разрешения; определять собственный стиль поведения в конфликтах; предупреждать конфликты в межличностном общении;

**Владеть:** методами и технологиями диагностики, анализа, разрешения и предотвращения различных видов конфликтных ситуаций в организации.

**Содержание дисциплины:** Управление конфликтами как научная дисциплина и функция менеджмента. Социально-психологические причины возникновения конфликтов в организации. Деятельностные, межличностные, ситуационные и внутриличностные причины возникновения конфликтов в организации. Динамика конфликтов в организации. Стратегии поведения оппонентов в конфликтных ситуациях и конфликтах в организации. Алгоритм, принципы и формы разрешения конфликтов в организации. Переговоры и медиация как формы разрешения конфликтов в организации. Психологические условия предупреждения конфликтов в организации. Психологические условия разрешения конфликтных ситуаций и конфликтов в организации.

**Рабочая программа дисциплины  
«КОНФЛИКТОЛОГИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»** (профиль  
**«Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование готовности студентов к использованию знаний о закономерностях возникновения, развития, разрешения и профилактики конфликтов, а также развитие таких личностных качеств студентов, как: способность к рефлексии, самопознанию и самовоспитанию.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** причины возникновения и методы управления конфликтами и стрессами в организации.

**Уметь:** диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать управленческие решения, направленные на их разрешение; - диагностировать конфликты в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению, в т.ч. с использованием современных средств коммуникации.

**Владеть** современными технологиями управления конфликтами и стрессами;

**Содержание дисциплины:** История зарубежной и отечественной конфликтологии. Сущность, структура, модели и типология конфликтов. Причины, личностные источники и содержание конфликтов. Функции и динамика конфликтов. Характеристики межличностных конфликтов. Характеристики внутригрупповых и межгрупповых конфликтов. Психологические характеристики внутриличностных конфликтов. Условия предупреждения конфликтных ситуаций и конфликтов. Условия разрешения конфликтных ситуаций и конфликтов.

**Рабочая программа дисциплины  
«УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** состоит в подготовке специалиста – менеджера, способного на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам управления персоналом в современных условиях.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** внешнюю и внутреннюю среду предприятия или организации, ключевые элементы и оценивать их влияние на предприятие, организацию персонала; состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения

обеспечения потребности предприятия или организации в персонале; методы разработки и реализации мероприятий по совершенствованию организации труда персонала; методы разработки и реализации программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность; методы оценки рисков, социальную и экономическую эффективность принимаемых решений в управлении персоналом; методы разработки и реализации мероприятий по совершенствованию мотивации и стимулированию персонала предприятия или организации; использовать различные методы текущей деловой оценки (в т.ч. аттестации) персонала.

**Уметь:** реализовывать основные управленческие функции в сфере управления персоналом; разрабатывать и реализовывать стратегии управления персоналом; анализировать экономическую и социальную эффективность деятельности подразделений по управлению персоналом.

**Владеть:** современными технологиями управления развитием персоналом; современными технологиями управления поведением персонала;

**Содержание дисциплины:** Эволюция и современные концепции управления персоналом. Философия управления персоналом. Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом. Стратегии управления персоналом. Кадровая политика организации. Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом. Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом. Профессиональная и организационная адаптация персонала. Деловая оценка персонала. Аттестация персонала. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала. Управление деловой карьерой. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.

### **Рабочая программа дисциплины «ИМИДЖЕЛОГИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** дать обучающимся систематизированные знания по актуальным методологическим, теоретическим, методическим проблемам имиджологии, сформировать у них целостные представления о сущности имиджа, умения и навыки в области понимания методов практического проектирования имиджа, заложить основы становления его как профессиональной личности и создать перспективы для осуществления эффективной профессиональной деятельности.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-12.**



### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **Знать:**

- структуру имиджа, его составляющие, функции и значения;
- инструментарий имиджологии и методики его использования;
- обладать знаниями в области коммуникативной деятельности в имеджологии;

- **Уметь:** применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач.

#### **Владеть:**

- навыками управления корпоративным имиджем;

**Содержание дисциплины:** Предмет и задачи имиджологии. Возникновение имиджологии как науки. Функции, объект, предмет имиджологии. Место имиджологии в ряду современных наук. Социально-коммуникативный аспект имиджологии. Символическая природа имиджа. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж. Средовой имидж. Овеществленный имидж. Корпоративный имидж. Имиджевые стратегии организации. Внешний корпоративный имидж. Внутренний корпоративный имидж. Овеществленный корпоративный имидж. Неовеществленный корпоративный имидж.

### **Рабочая программа дисциплины «ЭКОНОМИКА БИЗНЕСА»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** профессиональная подготовка и развитие у студентов теоретических знаний и практических навыков в экономико - управленческой деятельности, на овладение ими системой знаний о способах и методах функционирования экономических законов при осуществлении бизнеса. Освоение дисциплины позволяет выработать целостное представление о функционировании бизнеса в сфере производства и услуг, а также позволит решать базовые проблемы, связанные с эффективным функционированием и развитием предпринимательства в современных условиях рыночных методов хозяйствования.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-13.

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Основные методы и приемы обобщения и анализа информации, постановки цели и путей ее достижения; основные внутренние, внешние факторы, условия осуществления и последствия принимаемых решений; современные методы и приемы планирования операционной деятельности в

бизнесе; основы анализа конъюнктуры рынка товаров и возможностей фирмы, а также принципы формирования и бизнес-идеи.

**Уметь:** Использовать источники экономической, социальной, управленческой информации, формулировать цель, намечать пути ее достижения; рассчитывать и оценивать влияние условий и последствий принимаемых решений; использовать современные методики составления планов (бизнес-планов); осуществлять поиск информации по конъюнктуре рынка, выявлять возможности и формулировать бизнес-идею.

**Владеть:** Навыками обобщения и анализа информации, ее восприятия, формулировки цели, определения путей ее достижения; современными методиками расчета и оценки условий и последствий принимаемых решений; современными методами сбора, обработки, анализа для составления бизнес-плана; методами и приемами анализа конъюнктуры рынка и принципами, формирования бизнес-идеи.

**Содержание дисциплины:** Тема 1. Сущность предпринимательской деятельности. Тема 2. Малые предприятия в условиях рынка Тема 3. Имущество малых предприятий, основные и оборотные средства. Тема 4. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей. Тема 5. Управление качеством продукции и услуг Тема 6. Финансовое положение организации Тема 7. Ценовая политика организации Тема 8. Риски в бизнесе. Тема 9. Кредитно-денежная система в бизнесе Тема 10. Кадровое обеспечение предпринимательской деятельности и мотивация трудовой деятельности.

## **Рабочая программа дисциплины «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** получение целостного представления об анализе хозяйственной деятельности как важнейшей функции управления организациями, осмысливание и понимание основных методов экономического анализа, и их применения на разных стадиях процесса разработки и принятия управленческих решений, получение практических навыков по анализу и оценке различных направлений производственно- хозяйственной, финансовой и инвестиционной деятельности.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:**  
ПК-13.

### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** теоретические основы разработки экономических, финансовых и

организационно-управленческих моделей; сущность количественных и качественных методов анализа и их значение при принятии управленческих решений; основные концепции и методы организации операционной деятельности; основные теории корпоративных финансов; принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций. **Уметь:** анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации; разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку; использовать техники финансового учета для формирования финансовой отчетности организации; своевременно и грамотно применять количественные и качественные методы анализа в управленческой деятельности для принятия соответствующих управленческих решений; перерабатывать существующие и строить новые экономические, финансовые и организационно-управленческие модели для принятия эффективных управленческих решений.

**Владеть:** методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования; методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами управления операциями; навыками применения количественных и качественных методов анализа при принятии необходимых управленческих решений в профессиональной деятельности; умением разрабатывать и перерабатывать имеющиеся экономические, финансовые и организационно-управленческие модели для повышения эффективности деятельности организации.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Предмет, значение и задачи анализа хозяйственной деятельности

Тема 2. Анализ в системе маркетинга

Тема 3. Анализ и управление объемом производства и продаж

Тема 4. Анализ технико-организационного уровня и других условий производства

Тема 5. Анализ и управление затратами себестоимости продукции

Тема 6. Финансовые результаты деятельности организации и методы их анализа

Тема 7. Анализ эффективности капитальных и финансовых вложений

Тема 8. Финансовое состояние организации и методы его анализа

#### **Рабочая программа дисциплины**

#### **«УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формировании у обучающихся компетенций в области разработки, использовании инноваций и обеспечении готовности выпускников использовать их на практике в организациях любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в

банковской, страховой, туристической и других сферах деятельности, в том числе научно-исследовательских организациях, а также государственных и муниципальных органах управления.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-9, ПК-10.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** основные принципы управления интеллектуальной собственностью на предприятиях; особенности интеллектуальной собственности как объекта хозяйственных отношений на предприятии; современное состояние и тенденции развития рынка интеллектуальной собственности; принципы развития и закономерности функционирования организации; основные бизнес-процессы в организации; основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; виды управленческих решений и методы их принятия; основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;

**Уметь:** анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность; использовать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований; оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;

**Владеть:** навыками оценки объектов интеллектуальной собственности; навыками управления интеллектуальной собственностью; навыками определения значимости интеллектуальной собственности в инновационных системах; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений организация, мотивирование и контроль; современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единиц; методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков; навыками деловых коммуникаций.

**Содержание дисциплины:** Интеллектуальный капитал как основа формирования конкурентных преимуществ. Основные компоненты интеллектуального капитала. Место интеллектуального капитала в структуре капитала. Интеллектуальный капитал в сфере инновационного производства. Сущность управления интеллектуальным капиталом. Содержание управления интеллектуальным капиталом. Основные стратегии управления интеллектуальным капиталом. Контроль за движением интеллектуального капитала. Оценка

эффективности инвестиций в интеллектуальный капитал. Оценка эффективности использования интеллектуального капитала

Интеллектуальная собственность организации. Понятие и виды интеллектуальной собственности организации. Международные акты и международные организации в сфере охраны интеллектуальной собственности. Деятельность по оценке интеллектуальной собственности. Формирование и использование интеллектуальной собственности.

Авторское право и смежные права. Право промышленной собственности. Право на нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности. Право использования результатов интеллектуальной деятельности в составе единой технологии.

### **Рабочая программа дисциплины «ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** усвоение методологии, методики и техники исследования систем управления.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-9, ПК-10.

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** математические методы и методы системного анализа для решения задач профессиональной деятельности;

**Уметь:** использовать информационные системы и информационное сопровождение в профессиональной деятельности;

**Владеть:** навыками по планированию и организации исследований в области управления, внедрению инноваций в области профессиональной деятельности, управлению инновационными проектами;

#### **Содержание дисциплины:**

Системный подход. Системы управления: место, принципы построения и функционирования в организации. Отношение системы и процесса. Элементы и подсистемы системы управления: состав и характеристика. Субъект, объект управления, прямые и обратные связи. Подходы к исследованию систем управления.

Основные черты и этапы системного исследования. Цель и задачи исследования. Выбор объекта и предмета исследования. Исследовательская гипотеза и концептуальное проектирование. Метод исследования и возможности дальнейшей обработки данных. Общие положения методологии исследования систем управления.

Индуктивный метод исследования. Дедуктивный метод исследования. Графические методы. Экспертные методы. Метод тестирования. Метод «дерева

целей».

Матричный метод. Методы творческих совещаний. Метод наблюдения. Метод изучения документации. Сравнение. Эксперимент.

Планирование процесса исследования системы управления. Бизнес-план исследования систем управления. Программа исследования: структура, разработка и содержание. Организация исследования: условия, требования, виды. Организация и проведение социально-экономического эксперимента. Организация экспертных оценок в исследовании систем управления.

Организация проведения ограниченного эксперимента. Организация тестирования в исследовании систем управления. Организация исследования системы управления методом SMART-анализа. Организация исследования системы управления методом морфологического анализа. Организация исследования системы управления методом исследования документов. Организация рефлексивного исследования систем управления.

### **Рабочая программа дисциплины «ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**

**(профиль «Маркетинг»)**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** подготовка бакалавра менеджмента, обладающего набором компетенций, включающих знания, умения и навыки в области трудового права, способного к творческому и самостоятельному осмыслению и практическому применению полученных знаний в профессиональной деятельности.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ОПК-1, ПК-11.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** теоретические основы системы права и право полномочий юридических лиц; задачи и методы правового регулирования управленческой деятельности; возможности и ограничения реализации право полномочий руководителей как вида профессиональной деятельности; методы оценки правомерности управленческих решений; основные современные методы приобретения новых знаний; современные теории и концепции поведения на различных уровнях; правовые основы управленческих процессов в сфере трудовых отношений;

**Уметь:** применять правовые методы для регулирования управленческой деятельности; излагать свою юридическую позицию в процессе принятия и реализации управленческих решений; анализировать предложения юрисконсультов; устанавливать необходимые договорные отношения; использовать правовые знания при взаимодействии с органами государственной власти и управления; разрабатывать мероприятия по управлению организациям,

подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в рамках действующего законодательства;

**Владеть:** правоприменительной практике в экономической сфере; навыками применения знаний правовых основ управленческих процессов в управлении организацией; навыками приобретения новых знаний и умений в области правового регулирования управленческой деятельности;

**Содержание дисциплины:**

- Тема 1. Понятие, предмет, метод и система трудового права
- Тема 2. Источники трудового права
- Тема 3. Принципы трудового права
- Тема 4. Субъекты трудового права
- Тема 5. Права профсоюзов в сфере труда
- Тема 6. Правоотношения в сфере трудового права
- Тема 7. Социальное партнерство в сфере труда
- Тема 8. Правовое регулирование занятости и трудоустройства
- Тема 9. Трудовой договор
- Тема 10. Защита персональных данных работника
- Тема 11. Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации работников
- Тема 12. Рабочее время
- Тема 13. Время отдыха
- Тема 14. Заработная плата и нормирование труда
- Тема 15. Гарантии и компенсации
- Тема 16. Дисциплина труда
- Тема 17. Материальная ответственность сторон трудового договора
- Тема 18. Охрана труда
- Тема 19. Особенности правового регулирования труда отдельных категорий работников
- Тема 20. Защита трудовых прав работников
- Тема 21. Трудовые споры и порядок их рассмотрения
- Тема 22. Общая характеристика международного правового регулирования труда

**Рабочая программа дисциплины  
«ТРУДОВОЕ ПРАВО»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** подготовка бакалавра менеджмента, обладающего набором компетенций, включающих знания, умения и навыки в области трудового права, способного к творческому и самостоятельному

осмыслению и практическому применению полученных знаний в профессиональной деятельности.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ОПК-1, ПК-11.**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен: **Знать:** основные положения, сущность и содержание основных понятий, категорий, институтов, правовых статусов субъектов, правоотношений в отрасли трудового права.

**Уметь:** оперировать юридическими понятиями и категориями, анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения в сфере труда; толковать и правильно применять нормы трудового права; принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законами, регулирующими трудовые правоотношения; осуществлять правовую экспертизу нормативных актов, давать квалифицированные юридические заключения и консультации по вопросам трудового права; использовать и составлять нормативные и правовые документы, относящиеся к будущей профессиональной деятельности.

**Владеть:** юридической терминологией в сфере трудового права; навыками работы с правовыми актами в сфере трудового права; навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности юриста в трудовом праве; анализа правоприменительной практики, навыками реализации норм трудового права; необходимых мер правовой защиты прав человека и гражданина.

#### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Понятие, предмет, метод и система трудового права

Тема 2. Источники трудового права

Тема 3. Принципы трудового права

Тема 4. Субъекты трудового права

Тема 5. Права профсоюзов в сфере труда

Тема 6. Правоотношения в сфере трудового права

Тема 7. Социальное партнерство в сфере труда

Тема 8. Правовое регулирование занятости и трудоустройства

Тема 9. Трудовой договор

Тема 10. Защита персональных данных работника

Тема 11. Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации работников

Тема 12. Рабочее время

Тема 13. Время отдыха

Тема 14. Заработная плата и нормирование труда

Тема 15. Гарантии и компенсации



Тема 16. Дисциплина труда

Тема 17. Материальная ответственность сторон трудового договора

Тема 18. Охрана труда

Тема 19. Особенности правового регулирования труда отдельных категорий работников

Тема 20. Защита трудовых прав работников

Тема 21. Трудовые споры и порядок их рассмотрения

Тема 22. Общая характеристика международного правового регулирования труда

**Рабочая программа дисциплины**  
**«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**  
Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** профессиональная подготовка и развитие у студентов теоретических знаний и практических навыков в области разработки социальных программ и составления социальной отчетности организации, разработке и реализации социальной составляющей бизнес-плана, стратегии и тактики деятельности предприятия. Получение студентами представления о содержании КСО как научной дисциплины, ознакомление их с основными понятиями, принципами, методологией, методиками планирования КСО в планах организации. Также предусматривается систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по проблемам КСО.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** принципы развития и закономерности функционирования организации; основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления; понятийный аппарат управления корпоративной социальной ответственностью, отечественный и зарубежный опыт управления социальными процессами на уровне организации, подходы к реализации внутренней и внешней социальной политики организации, принципы взаимодействия с НКО и органами местной власти при реализации корпоративной социальной ответственности.

**Уметь:** ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;

**Владеть:** методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); методами разработки и реализации маркетинговых программ;

## **Содержание дисциплины:**

Стандарты корпоративной социальной ответственности. Функции корпоративной социальной ответственности. Происхождение социальной ответственности. Сущность и эволюция развития корпоративной социальной ответственности. Методология корпоративной ответственности. Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и других дисциплин.

Социальная ответственность современной организации. Принципы социальной ответственности организации в зарубежных странах.

Общее определение практик в сфере КСО. Специфика практик КСО в России и за рубежом. Благотворительность. Социальный маркетинг. Международное волонтерство. Социальное партнерство. Социальное предпринимательство. Социальные инвестиции.

Отечественная и зарубежная практика ответственности организации в области прав человека.

Основные положения социальной ответственности в трудовой практике организаций. Регулирование внутренней социальной деятельности бизнеса

### **Рабочая программа дисциплины «ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
(профиль «Маркетинг»).

**Цели освоения дисциплины:** формирование теоретических знаний и практических навыков студентами в области менеджмента, а так же обладание знанием и способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: **ПК-12**

#### **Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** современные концепции организации операционной деятельности и методы их применения;

**Уметь:** применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;

**Владеть:** методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;

**Содержание дисциплины:** Технология управления: понятие, содержание и виды. Информационные технологии в менеджменте. Механизмы управления. Формирование бизнес-стратегий организаций. Технология разработки управленческих решений.

**Рабочая программа дисциплины  
«ОПЛАТА ТРУДА, МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТУДОВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
(Аннотация)

**Цели освоения дисциплины:** формирование у будущих специалистов комплекса профессиональных компетенций в области теорий мотивации и оплаты труда, мотивации и стимулирования труда, основанных на знании современных методов воздействия на работников, практики вознаграждения персонала.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:  
**ПК-13.**

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** технологии управления развитием персонала (управления социальным развитием; организации обучения персонала; организации текущей деловой оценки, в том числе аттестации персонала; управления деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала; управления кадровыми нововведениями); основы управления поведением персонала (теории поведения личности в организации; теоретические основы, содержание и методы управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности (в том числе оплаты труда); этические нормы деловых отношений, основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций; сущность и методы управления организационной культурой; причины возникновения и методы управления конфликтами и стрессами в организации; основы управления безопасностью организации и ее персонала; управление дисциплинарными отношениями); - основы оценки результатов деятельности персонала организации;

**Уметь:** разрабатывать мероприятия по совершенствованию управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала и участвовать в их реализации; разрабатывать и реализовывать мероприятия по совершенствованию мотивации и стимулирования персонала организации; использовать различные методы текущей деловой оценки (в том числе аттестации) персонала; разрабатывать мероприятия по совершенствованию управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала и участвовать в их реализации; разрабатывать и реализовывать мероприятия по совершенствованию мотивации и стимулирования персонала организации;

**Владеть:** современными технологиями управления поведением персонала (управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности;

формирования и поддержания морально-психологического климата в организации; управления повышением этического уровня деловых отношений и эффективности делового общения; управления организационной культурой; управления конфликтами и стрессами; управления безопасностью организации и ее персонала; управления дисциплинарными отношениями).

**Содержание дисциплины:** Труд и трудовой процесс. Оплата труда. Концепция личных издержек. Сущность мотивации и стимулирования труда. Формы мотивации труда: материальное стимулирование труда. Формы мотивации труда: нематериальное стимулирование труда. Создание системы мотивации и стимулирования труда.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**  
Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** заключается в подготовке кадров, владеющих теоретическими и практическими навыками в области управленческой деятельности, при этом руководитель должен обладать особыми качествами, которые необходимы для создания и ведения предпринимательской деятельности.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-13.

**Ожидаемые результаты**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные этапы исторического развития предпринимательства в России; терминологическую сущность и содержание, вкладываемое в понятие «предпринимательство»; специфику предпринимательства как особого типа хозяйственного поведения; отечественный и зарубежный опыт в области управления и рациональной организации экономической деятельности организаций; законодательные и нормативные документы, регламентирующие хозяйственную деятельность предприятий и организаций; методы организации труда работников на предприятиях и в организациях; иметь структурное представление о структурах и тенденциях развития экономических процессов.

**Уметь:** выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать рациональные способы их разрешения; систематизировать и обобщать полученную информацию по вопросам профессиональной деятельности; применять информационные технологии с целью решения повседневных и глобальных управленческих задач.

**Владеть:** специальной экономической и управленческой терминологией; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя различные источники, в том числе современные информационные технологии; навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере будущей профессии; методами экономического анализа деятельности

предприятия (организации) и оценки конкурентоспособности; методами совершенствования управленческих процессов в организации.

**Содержание дисциплины:** Общая характеристика предпринимательства. Основные понятия, термины и их определение. Эволюция понятия «предпринимательство». Личность и предпринимательство. Предпринимательская способность. Определение предпринимательства. Различие экономической и предпринимательской деятельности. Предприниматель и бизнесмен.

Классификация предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности. Конституционное исключительное право гражданина распоряжаться своими способностями к труду. Предпринимательская деятельность, ее правовое определение и связь с организационно-правовой формой. Разнообразие предпринимательской деятельности и специфика различных сфер деятельности. Предпринимательство в различных отраслях. Способы создания собственного дела. Принципы создания собственного дела. Предпринимательская идея и этапы организации предприятия. Порядок учреждения, комплект учредительных документов, регистрация, лицензирование, аттестация и аккредитация предпринимательских структур.

Использование экономических, технических и социальных новшеств как возможности получения временного преимущества предпринимателя и обеспечения монополии на рынке.

Инновационная стратегия - непрерывный поиск источников инноваций.

Общие черты и черты различия понятия «бизнес», «менеджер» «бизнесмен». Научные основы менеджмента. Принятие предпринимательского решения. Информационная система (ИС) управления фирмой: сущность и роль в управлении бизнесом. Бизнес планирование в деятельности предпринимателей. Бизнес-план и стратегия предпринимательства. Предпринимательские стратегии и стратегии маркетинга; учет глобальной тенденции к индивидуальному предложению

Характеристика целей и принципов государственной политики в области развития предпринимательства. Федеральные и региональные органы регулирования, поддержки и развития малого и среднего предпринимательства.

Расходы предприятия и себестоимость продукции. Оценка результатов деятельности. Доходы в предпринимательской деятельности. Формирование, распределение и использование прибыли. Экономическая эффективность: параметры и механизмы обеспечения.

**Рабочая программа дисциплины  
«Физкультурно-оздоровительные технологии»  
(элективный модуль)**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»  
(профиль «Маркетинг»).**  
(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** - достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать универсальными и специализированными компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-7.

**Ожидаемые результаты.** Основными задачами изучения дисциплины наряду с реализацией общих требований, установленных в Государственном стандарте высшего образования, являются следующие:

- содействие гармоничному развитию личности будущего специалиста;
- обеспечение условий для естественного процесса физического развития студентов - достижение физической подготовки личности, соответствующей возрастным особенностям студентов;
- сохранение и укрепление здоровья студентов в период напряженного умственного труда в высшем учебном заведении;
- формирование посредством профессионально прикладной физической подготовки профессионально важных физических, психических и специальных качеств, обеспечивающих надежность выпускников в будущей трудовой деятельности;
- обеспечение физической подготовленности выпускников к послевузовской службе в Вооруженных Силах РФ.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- сущность понятий «Физическая культура личности» (ее содержание, структура, критерии и уровни проявления в социуме и личной жизни);
- сущность понятия «Здоровье» (его физическое, психическое, социальное и профессиональное проявления);
- сущность понятия «Здоровый образ жизни» (его составляющие и мотивация), а также их влияние на общую и профессиональную жизнедеятельность;
- социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;
- роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;
- методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности.

**Уметь:**

- самостоятельно методически правильно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных

резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;

- использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами спорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности (нравственно-волевых, коммуникативных, организаторских, лидерских, уверенности в своих силах, самодисциплины, гражданственности, патриотизма и др.).

**Владеть (обладать):**

- понятийным аппаратом в сфере физической культуры и спорта;
- личным опытом, умениями и навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей;
- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для ускорения освоения сугубо профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе; для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения;
- навыками рефлексии и само коррекции, с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием;
- широким спектром ценностей мировой и отечественной физической культуры, спорта, оздоровительных систем для самоопределения, профессионально-личностного и субъективного развития личности в физическом воспитании и самосовершенствовании.

**Содержание дисциплины:**

Прикладная физическая культура и спорт «Спортивная подготовка»: атлетическая гимнастика, гиревой спорт, спортивные игры (волейбол, баскетбол, настольный теннис, мини-футбол, дартс), многоборье ГТО.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Спортивная подготовка»**

**(элективный модуль)**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**

**(профиль «Маркетинг»).**

(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** - достижение общей физической подготовленности, формирование физической культуры личности, т.е. потребности и способности методически обоснованно и целенаправленно использовать средства физической культуры для обеспечения профессиональной надежности, что позволит выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, а также обладать универсальными и специализированными компетенциями для самоутверждения, социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

## **Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-7.**

**Ожидаемые результаты.** Основными задачами изучения дисциплины наряду с реализацией общих требований, установленных в Государственном стандарте высшего образования, являются следующие:

- содействие гармоничному развитию личности будущего специалиста;
- обеспечение условий для естественного процесса физического развития студентов - достижение физической подготовки личности, соответствующей возрастным особенностям студентов;
- сохранение и укрепление здоровья студентов в период напряженного умственного труда в высшем учебном заведении;
- формирование посредством профессионально прикладной физической подготовки профессионально важных физических, психических и специальных качеств, обеспечивающих надежность выпускников в будущей трудовой деятельности;
- обеспечение физической подготовленности выпускников к послеузовской службе в Вооруженных Силах РФ.

В результате изучения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- сущность понятий «Физическая культура личности» (ее содержание, структура, критерии и уровни проявления в социуме и личной жизни);
- сущность понятия «Здоровье» (его физическое, психическое, социальное и профессиональное проявления);
- сущность понятия «Здоровый образ жизни» (его составляющие и мотивация), а также их влияние на общую и профессиональную жизнедеятельность;
- социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;
- роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;
- методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности.

### **Уметь:**

- самостоятельно методически правильно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;
- использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами спорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности (нравственно-волевых, коммуникативных, организаторских, лидерских, уверенности в своих силах, самодисциплины, гражданственности, патриотизма и др.).



### **Владеть (обладать):**

- понятийным аппаратом в сфере физической культуры и спорта;
- личным опытом, умениями и навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей;
- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для ускорения освоения сугубо профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе; для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения;
- навыками рефлексии и самокоррекции, с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием;
- широким спектром ценностей мировой и отечественной физической культуры, спорта, оздоровительных систем для самоопределения, профессионально-личностного и субъективного развития личности в физическом воспитании и самосовершенствовании.

### **Содержание дисциплины:**

Прикладная физическая культура и спорт «Спортивная подготовка»: атлетическая гимнастика, гиревой спорт, спортивные игры (волейбол, баскетбол, настольный теннис, мини-футбол, дартс), многоборье ГТО.

## **ПРАКТИКИ**

### **Аннотация**

**программы учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг».**

### **Цели и задачи учебной практики:**

**Цель:** формирование умений и получение практического опыта по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения общекультурных и профессиональных компетенций, обеспечивающих системное освоение дисциплин.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-9, ПК-11.

### **3. Требования к результатам прохождения практики:**

В результате прохождения учебной практики студент должен:

**Знать:** основные понятия, описывающие взаимодействие с коллегами, работу в коллективе; основные процессы взаимодействия с коллегами, работы в коллективе; необходимость совместной деятельности с коллегами; основы психологии общения; основы теории конфликтов и путей их разрешения; принципы функционирования системы внутреннего документооборота и баз данных, основы информационного обеспечения участников организационных проектов.

**Уметь:** адаптироваться в коллективе, строить позитивные межличностные отношения; вносить ощутимый вклад в работу коллектива; строить продуктивные отношения с коллегами; поддерживать атмосферу сотрудничества и способствовать разрешению конфликтов; работать в команде; конструировать совместную деятельность; применять навыки анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота и ведения баз данных, применять принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.

**Владеть:** методами конструктивного взаимодействия с коллегами (работы в коллективе); опытом кооперации и совместной деятельности с коллегами; опытом проявления инициативы, отстаивания своей позиции в социально приемлемых формах; способами решения типовых конфликтных ситуаций в коллективе; навыками обеспечения благоприятного психологического климата в коллективе; навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота и ведения баз данных, принципами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.

**Краткое содержание программы практики:** закрепить теоретические знания, полученные в ходе обучения об особенностях организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской видах управленческой деятельности; получить первичные профессиональные навыки экономического анализа оценки внутренней и внешней экономической и управленческой ситуации организации; получить представление о содержании базовых компетенций менеджера, их роли в реальной деятельности предприятия; понять особенности реализации профессиональных навыков менеджера на практике; познакомиться с содержанием функций менеджера и общий характер решаемых менеджером задач в рамках деятельности конкретной организации.

#### **Аннотация**

**программы производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по подготовке бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»)**

**Цели и задачи практики:** получение профессиональных умений, в процессе обучения, в том числе в процессе производственной практики. Приобретение необходимых практических навыков в области экономики и управления, финансового менеджмента, социального управления организацией, управления персоналом организацией, управлением подразделениями и

группами сотрудников, управлением функциональной деятельностью организации.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12, ПК-13, ПК-15.

### **3. Требования к результатам прохождения практики:**

В результате прохождения производственной практики студент должен:

**Знать:** особенности деятельности хозяйствующего субъекта; систему организации учета и отчетности на предприятии; последовательность и содержание годовой отчетности по бухгалтерскому учету, налогам, внебюджетным фондам; порядок планирования предприятия, инновационные проекты, методику расчета показателей; виды и назначение финансовой работы, порядок ее оформления, систему управления организацией и ее подразделениями, планирования потребности организации в кадрах, планирование и контроль функциональной деятельности в организации; основы моделирования бизнес-процессов и методы реорганизации бизнес –процессов; рыночные и специфические риски и основы инвестирования и финансирования.

**Уметь:** оценивать экономическое и финансовое состояние предприятия. Вскрывать резервы, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности деятельности организации; составлять плановые или нормативные расчеты (графики продажи продукции, графики поступления ТМЦ, сметы на инновационные проекты, сметы расходов на ремонты объектов основных средств и др.); анализировать и давать оценку внутреннего и внешнего контроля, внутренней и внешней среды организации; рассчитывать потребность организации в кадрах; моделировать бизнес-процессы и применять методы реорганизации бизнес –процессов; проводить анализ рыночных и специфических рисков; принимать и обосновывать решения о инвестировании и финансировании.

**Владеть:** способами получения, обработки, обобщения учетной информации; навыками составления годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности; методиками расчета показателей при планировании деятельности организации; методами оценки деятельности организации; методами выявления резервов повышения эффективности деятельности организации; навыками моделирования бизнес-процессов; владеть навыками применения методов реорганизации бизнес –процессов; навыками анализа рыночных и специфических рисков; навыками принятия и обоснования решений об инвестировании и финансировании.

**4. Краткое содержание программы практики:** Изучение производственной деятельности предприятия, организации, коммерческого банка, государственного учреждения основных финансово-экономических показателей деятельности. Ознакомление с учредительными документами и изучение организационной структуры, структуры и основных функций аппарата управления. Ознакомление с экономической, финансовой и управленческой отчетностью предприятия, организации, коммерческого банка и изучение

основных финансовых показателей деятельности. Ознакомление с системой принятия экономических, финансовых и управленческих решений на предприятии, организации, в коммерческом банке. Изучение методик финансового анализа и планирования. Участие в работе отделов, осуществляющих плановую работу и аналитическую обработку информации. Выполнение анализа состояния системы управления в организации, работы с кадрами, анализа использования ресурсов. Обработка и анализ управленческой информации (составление аналитических таблиц, расчет показателей экономического, финансового анализа, интерпретация результатов).

**Аннотация программы производственной практики: преддипломной  
практики  
по подготовке бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг».**

**Цели и задачи практики:** углубление и закрепление знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического и практического обучения, научно-практической работы, а также написание и оформление выпускной квалификационной работы.

**Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16.

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В результате прохождения производственной практики студент должен:

**знать:** принципы и методы количественного и качественного анализа информации; основы построения экономических, финансовых и организационных моделей; принципы и стандарты финансового учета; основы формирования учетной и финансовой политики организации; принципы и методы управления затратами предприятия; основы оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

**уметь:** применять на практике принципы и методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; строить экономические, финансовые и организационные модели и адаптировать их к конкретным задачам управления; применять принципы и стандарты финансового учета; формировать учетную и финансовую политику организации; применять принципы и методы управления затратами предприятия; оценивать инвестиционные проекты и применять навыки финансового планирования и прогнозирования.

**владеть:** принципами и методами количественного и качественного анализа информации; основами построения экономических, финансовых и организационных моделей; принципами и стандартами финансового учета на практике; основами формирования учетной и финансовой политики организации; принципами и методами управления затратами предприятия;

основами оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

#### **4. Краткое содержание программы практики:**

Определение целей и задач, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации (отечественных и зарубежных) для проведения дальнейших экономических расчетов, разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта и методики их расчета).

Осуществление сбора, анализа и обобщения недостающей информации, оценка степени эффективности и результативности деятельности организации относительно выбранной тематики исследования, построение собственных управленческих моделей, выявление существующих недостатков и причин их возникновения, проведение прочих исследований, необходимых для написания выпускной квалификационной работы. Используемые методы исследования: наблюдение, обобщение, группировка, анализ, синтез.

### **ФАКУЛЬТАТИВЫ**

#### **Рабочая программа учебной дисциплины «ЖИЗНЕННАЯ НАВИГАЦИЯ»**

Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
(Аннотация)

**Цель освоения дисциплины:** формирование формирования умений и развитие навыков практического применения знаний о закономерностях развития личности в ходе профессионального становления и реализации жизненных планов, развитие способности сотрудничать, активности, инициативности, самостоятельности и творческих способностей.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:

#### **ОК-6**

**Содержание дисциплины:** Мечта и мечтание. Мечта как активный, произвольный и осознанный процесс. Признаки мечты как образа желаемого будущего. Функции мечты. Мечта, цель и успех. Критерии жизненного успеха. SMART-тест цели. Дерево целей. Построение дерева целей. Ресурсы и факторы достижения цели. Реестр необходимых ресурсов. SWOT – анализ. Методика SWOT – анализа. Сильные стороны личности. Персональная программа саморазвития и ресурсного обеспечения. Субъект. Личность как субъект жизнедеятельности. Задачи, решаемые личностью как субъектом жизнедеятельности. Субъектогенез. Стадии субъектогенеза. Ресурсы и факторы достижения цели. SWOT – анализ. Методика SWOT – анализа. Сильные стороны личности. Soft skills и hard skills. Персональная программа саморазвития и ресурсного обеспечения. «Препятствия» и

«помощники» в вере в успех. Оптимизм и пессимизм. Жизненные трудности и проблемы. Типичные затруднения реализации жизненно важных намерений и способы их преодоления. Пути восстановления сил человека. Видение. Аффирмация. Выбор, принятие решения и планирование. Ситуация выбора. Механизмы выбора. Мудрость. План по вехам. Технология TOP. Проблемное поле. Развернутая формулировка проблемы. Смысл разрешения проблемы. Формулировка цели. Ресурсы. Помехи и их источники. Профилактика помех. План. Прецеденты. Последствия. Альтернативы. Реальное и идеальное «Я». Согласованность «Реального и идеального «Я». Построение образа «Я». Окно «Джохари». Я-концепция. Самопознание. Жизненный путь человека. Смысл жизни. Виды понимания смысла жизни. Личностный рост. Группа, команда, коллектив. Характеристика команды и коллектива. Отличия команды и коллектива. Преимущества и недостатки работы в команде. Роли в команде. Лидерство и руководство в группе. Лидер. Референтное лицо. Референтная группа. Карта значимых людей, организаций и сообществ. Переговоры. Факторы успешности переговоров. Сценарий идеальных переговоров. Воля. Развитие волевой саморегуляции личности. Основные задачи волевой детерминации личностью собственной активности. Лень. Причины и пути преодоления. Выученная беспомощность. Прокрастинация. Перфекционизм. Механизмы, приемы и методы самодетерминации человеком собственной жизнедеятельности. Типичные затруднения реализации жизненно важных намерений и способы их преодоления.

**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**«ВОПРОСЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА И УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРОЙ»**  
Для подготовки бакалавров по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**  
**(направленность (профиль) «Маркетинг»)**

**Аннотация**

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с современными представлениями о профессиональной карьере, с основными понятиями и закономерностями её планирования, дать представление о психологии карьеры и особенностях рынка труда, обучить технологии трудоустройства.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-5.

Ожидаемые результаты

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные термины и понятия дисциплины; основные направления и виды профессиональной карьеры; этапы деловой карьеры; факторы развития персонала; виды, фонды и концепции времени; стратегии и технологии управления временем в организации.

Уметь: применять модель индивидуального планирования карьеры; определять типы и этапы деловой карьеры; определять компетенции, писать

резюме, сопроводительные и рекомендательные письма.

Владеть: принципами планирования и управления карьерой; диагностическими материалами, позволяющими определять профессиональную пригодность, готовность и предрасположенность к выполнению профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины: Введение. Основные понятия. Принципы и методы планирования карьеры. Содержание карьеры. Работа с источниками информации. Подготовка документов для трудоустройства. Индивидуальный выбор типа карьеры. Ведение переговоров с потенциальными работодателя