

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.04.01 «ЭКОНОМИКА»
МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА HI-
ТЕСН ПРОДУКЦИИ»**

**АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ
«КЛАСТЕРНОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ»**

Краткое содержание дисциплины: «Кластерное развитие экономики» – научная дисциплина, основывающаяся на экономической теории и маркетинге, и изучающая закономерности формирования конкурентной среды, приводящей к внедрению и развитию hi-tech продукции на предприятиях различных отраслей промышленности.

Объектом дисциплины являются экономические кластеры, которые образуются и развиваются за счет чередования процессов конкуренции и сотрудничества промышленных предприятий при внедрении hi-tech продукции, включая комплексные информационные системы.

Предмет дисциплины – процесс, включающий различные стадии кластеризации промышленных предприятий, связанной с внедрением и совершенствованием hi-tech продукции, формирующий новые промышленные структуры вплоть до образования транснациональных компаний.

Цель дисциплины как науки – изучение взаимодействия различных субъектов промышленной системы, включая государство, для устранения в практике хозяйственной деятельности препятствий внедрению hi-tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Кластерное развитие экономики» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

**АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА HI-ТЕСН
ПРОДУКЦИИ»**

Краткое содержание дисциплины: «Маркетинговые исследования рынка Hi-Tech продукции» – особенности создания, процесс создания, виды, факторы успеха hi-tech продукции, инструменты маркетинговых исследований для hi-tech продукции с различным уровнем инновационности,

стратегии продвижения, реализация маркетинговых стратегий и инструменты их анализа для контроля инноваций.

Объектом дисциплины является hi-tech продукция начальной, радикальной и находящаяся между начальной и радикальной степенью инновационности.

Предмет дисциплины – традиционные исследования, маркетинговые исследования, такие как экспертная оценка, разработка будущих сценариев и интуитивные прогнозы, маркетинговых исследования, основанные на наблюдении потребителей, потенциальных пользователей hi-tech продукции.

Цель дисциплины как науки – овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с особенностями применения инструментов маркетинговых исследований на каждом этапе жизненного цикла hi-tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Маркетинговые исследования рынка Hi-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ»

Краткое содержание дисциплины: «Стратегический маркетинг инвестиционного обеспечения экономического развития» – влияние изменений на развитие торгового дела, бизнеса и маркетинга, иерархия маркетинговой деятельности, соотношение операционного и стратегического маркетинга, ключевые аспекты стратегического маркетинга, интегрированный маркетинг hi-tech продукции, межфункциональное взаимодействие как способ преодоления сопротивлений изменениям и расширения поля контакта с клиентом.

Объектом дисциплины является стратегии маркетинга hi-tech продукции, основные компоненты стратегий, требования к целям, основные проблемы стратегической ориентации, источники долгосрочных конкурентных преимуществ.

Предмет дисциплины – внешний анализ, анализ покупателей, конкурентов, рынков и субрынков, внутренний анализ, методы и подходы, используемые в стратегическом анализе hi-tech продукции.

Цель дисциплины как науки – приобретение теоретических знаний в области стратегического маркетинга и освоение навыков использования стратегического маркетингового инструментария в выработке управленческих решений в продвижении hi-tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Стратегический маркетинг инвестиционного обеспечения экономического развития» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики,

экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ЦИФРОВОЙ И ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ В ЭКОНОМИКЕ НИ- ТЕСН ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Цифровой и интернет маркетинг в экономике Ni-Tech продукции» – интернет как индустрия, интернет как средство маркетинговых коммуникаций, организация и управление в интернет - маркетинге, оценка эффективности в интернет - маркетинге, особенности диджитал - и интернет - маркетинга в области Ni-tech.

Объектом дисциплины являются - интернет в экономической системе, структура интернет - индустрии, инструменты и модели продвижения Ni-Tech продукции в Интернет, Ni-tech продукция с точки зрения использования маркетинг-микс, Ni-tech продукция по отношению к диджитал- и интернет - маркетингу.

Предмет дисциплины – интеграция диджитал и интернет - маркетинга в бизнес процессы создания Ni-tech продукции

Цель дисциплины как науки – овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с инструментами диджитал и интернет - маркетинга в приложении к сфере Ni-Tech.

Методами освоения дисциплины «Цифровой и интернет маркетинг в экономике Ni-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ОЦЕНКА КЛИЕНТСКОГО КАПИТАЛА В СФЕРЕ НИ-ТЕСН.»

Краткое содержание дисциплины: «Поведение потребителей и оценка клиентского капитала в сфере Ni-Tech.» – классификация моделей поведения потребителей, структура, функции, распределение полномочий организации-потребителя, психологические аспекты поведения потребителей, влияние уровня вовлечённости на поведение потребителей, экспликативная модель покупки и после покупочного поведения потребителя, основы организации и техники продаж потребителям в сфере Ni-Tech и инжиниринга.

Объектом дисциплины являются – общий алгоритм покупки продукции Ni-Tech и инжиниринга, восприятие цены и составляющие

потребительской ценности товарного предложения, карты ценности и их роль при выборе варианта покупки, экономическая и психологическая оценка поведения потребителя после покупки.

Предмет дисциплины – подготовка основных мероприятий к продажам продукции Hi-Tech и инжиниринга, оценка рыночной силы продавца и покупателя и влияние её на переговорный процесс, подготовка «переговорной» карты, характеристика взаимодействия продавца и покупателя в процессе продаж продукции Hi-Tech и инжиниринга, включающего стадии установления контакта, переговоров, заключения сделки и обслуживания.

Цель дисциплины как науки – овладение знаниями, умениями и навыками, связанными с поведением потребителей в сфере Hi-Tech и инжиниринга.

Методами освоения дисциплины «Поведение потребителей и оценка клиентского капитала в сфере Hi-Tech.» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ»

Краткое содержание дисциплины: «Экономическое обоснование маркетинговых решений» – классификация моделей поведения потребителей, структура, функции, распределение полномочий организации-потребителя, психологические аспекты поведения потребителей, влияние уровня вовлечённости на поведение потребителей, экспликативная модель покупки и после покупочного поведения потребителя, основы организации и техники продаж потребителям в сфере Hi-Tech и инжиниринга.

Объектом дисциплины являются – общий алгоритм покупки продукции Hi-Tech и инжиниринга, восприятие цены и составляющие потребительской ценности товарного предложения, карты ценности и их роль при выборе варианта покупки, экономическая и психологическая оценка поведения потребителя после покупки.

Предмет дисциплины – подготовка основных мероприятий к продажам продукции Hi-Tech и инжиниринга, оценка рыночной силы продавца и покупателя и влияние её на переговорный процесс, подготовка «переговорной» карты, характеристика взаимодействия продавца и покупателя в процессе продаж продукции Hi-Tech и инжиниринга, включающего стадии установления контакта, переговоров, заключения сделки и обслуживания.

Цель дисциплины как науки – формирование комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков в области оценки эффективности стратегических и оперативных маркетинговых решений.

Методами освоения дисциплины «Экономическое обоснование маркетинговых решений» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА»

Краткое содержание дисциплины: «Оценка стоимости бренда» – финансовые аспекты брендинга, управление капиталом бренда, основные подходы, методы и стандарты оценки стоимости бренда, методики оценки стоимости бренда

Объектом дисциплины являются – активы бренда, их состав и структура, капитал бренда, основные источники и элементы марочного капитала, потребительский капитал бренда, мониторинг марочного капитала, модели управления капиталом бренда продукции Hi-Tech и инжиниринга.

Предмет дисциплины – денежная оценка стоимости бренда на основе общих требований, целей и подходов к оценке стоимости бренда, доходная, рыночная и затратная оценка стоимости бренда продукции Hi-Tech и инжиниринга.

Цель дисциплины как науки – овладение базовыми знаниями и умениями, необходимыми для оптимального подхода и метода оценки стоимости бренда продукции Hi-Tech и инжиниринга.

Методами освоения дисциплины «Оценка стоимости бренда» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РИСКОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ»

Краткое содержание дисциплины: «Маркетинг и экономическая оценка рисков инновационных проектов» – сущность и содержание проектного подхода в управлении созданием и продвижением на рынке Hi-Tech продукции и специфика маркетинга в проектной деятельности, маркетинговая деятельность на этапе прединвестиционных исследований,

разработки и планирования Hi-Tech проектов, методы реализации и продвижения проектов на рынке Hi-Tech продукции.

Объектом дисциплины являются – методы проектного управления деятельности на рынке Hi-Tech продукции и факторы его эффективности, области применения методов управления проектами на предприятии, функционирующем в высокотехнологичной отрасли, и особенности маркетинга инновационных проектов, международные профессиональные стандарты управления проектами и их маркетинговые аспекты, требования к специалистам, осуществляющим разработку и продвижение проектов.

Предмет дисциплины – инициирование Hi-Tech проектов предпроектный маркетинговый анализа, анализ партнерской среды проекта, создание мотивации команды проекта, планирование проектов и оптимизации календарных графиков, представление результатов маркетингового анализа проекта, привлечение инвесторов и партнеров.

Цель дисциплины как науки – формирование у магистрантов целостного представления о проблематике маркетинга в проектной деятельности предприятий высокотехнологичных отраслей, выработка навыков решения практических задач в области маркетинга проектов, связанных с созданием Hi-Tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Маркетинг и экономическая оценка рисков инновационных проектов» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКТЕИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ HI-ТЕСН ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Оптимизация марктеинговых решений» – базовые понятия и категории, относящиеся к сфере оптимизации решений и их приложений в системах маркетинга, принципы, подходы, методы и средства формирования оптимальных решений в системах маркетинга, методы и процедуры оптимального управления системами информационной поддержки маркетинговых решений на рынке Hi-Tech продукции.

Объектом дисциплины являются – информационные структуры представления данных, системы маркетинговой информации, методы, модели и оптимизационные алгоритмы ее обработки, базовые структурно-логические операции над информационными модулями и блоками, инструменты моделирования сложных профессиональных знаний в области Hi-Tech продукции.

Предмет дисциплины – оптимизация формирования маркетинговой корпоративной памяти, управление корпоративными знаниями, принятие оптимальных маркетинговых решений в области Hi-Tech.

Цель дисциплины как науки – овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с освоением учащимися технологий и процедур, которые лежат в основе планирования и организации маркетинговых решений, связанных с созданием Hi-Tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Оптимизация маркетинговых решений» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ В ЭКОНОМИКЕ HI-TECH ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Управление брендами в экономике Hi-Tech продукции» – роль брендинга в системе управления маркетингом, стратегия брендинга, управление развитием брендов, тактическое и операционное управление брендами на рынке Hi-Tech продукции.

Объектом дисциплины являются – товар, продаваемый под торговой маркой, имидж бренда, идентичность бренда, лояльные потребители, капитал бренда, современная концепция стратегического брендинга в области Hi-Tech продукции.

Предмет дисциплины – согласование стратегии брендинга со стратегией бизнеса, согласование стратегии маркетинга со стратегией бизнеса, согласование стратегии брендинга со стратегией маркетинга, управления брендом на различных этапах его развития на рынке Hi-Tech.

Цель дисциплины как науки – обучение необходимым знаниям и базовым умениям по эффективному управлению брендами на стратегическом, тактическом и операционном уровнях Hi-Tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Управление брендами в экономике Hi-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКОЙ ЦЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ HI- TECH ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Управление цепочкой ценности в экономике Hi-Tech продукции» – понятие потребительской ценности, анализ и моделирование цепочки ценности, методология бизнес -

моделирования, типология форм и методов кооперации предпринимательских структур в условиях сетевой экономики

Объектом дисциплины являются – ценностный подход в теории предпринимательства, алгоритм анализа структуры потребительской ценности, модели потребительской ценности, ценностное предложение, линейные и нелинейные цепочки ценности, сети ценности, на потребительском и промышленном рынке Hi-Tech продукции.

Предмет дисциплины – процесс бизнес - моделирования: увязывание основных элементов бизнес – модели, моделирование цепочки ценности, сетевое управление на рынке Hi-Tech продукции.

Цель дисциплины как науки – овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с управлением процессами создания, развития и организации цепочки создания потребительской ценности в рамках различных предпринимательских кооперационных образований рынка Hi-Tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Управление цепочкой ценности в экономике Hi-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТЬЮ В ЭКОНОМИКЕ HI-TECH ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Управление маркетинговой компетентностью в экономике Hi-Tech продукции» – информационное общество: сущность и влияние на маркетинговую функцию фирмы, понятие маркетинговой компетентности фирмы, подходы к оценке маркетинговой компетентности, основы управления маркетинговой компетентностью в экономике Hi-Tech продукции.

Объектом дисциплины являются – маркетинговая функция предприятия в условиях информационного общества, индивидуальная маркетинговая компетентность, коллективная маркетинговая компетентность фирмы на рынке Hi-Tech продукции.

Предмет дисциплины – процесс бизнес - моделирования: увязывание основных элементов бизнес – модели, моделирование цепочки ценности, сетевое управление на рынке Hi-Tech продукции.

Цель дисциплины как науки – оценка уровня индивидуальной маркетинговой компетентности сотрудников, исследование характеристик процесса формирования маркетинговой компетентности фирмы, оценка

уровня коллективной маркетинговой компетентности фирмы, процесс управления маркетинговой компетентностью фирмы, управление маркетинговой компетентностью в стратегических альянсах на рынке Hi-Tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Управление маркетинговой компетентностью в экономике Hi-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ОЖИДАНИЯ НА РЫНКЕ HI-TECH ПРОДУКЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Маркетинговые ожидания на рынке Hi-Tech продукции» – научная дисциплина, основывающаяся на взаимодействии экономической теории и маркетинга, формирующая знания по оценке ожиданий потребителей от внедрения и развития hi-tech продукции на предприятиях различных отраслей промышленности.

Объектом дисциплины являются экономические модели, которые позволяют определить ожидаемую эффективность затраты на маркетинг при внедрении hi-tech продукции, включая комплексные информационные системы.

Предмет дисциплины – экономическое моделирование, включающее анализ различных стадий кластеризации промышленных предприятий и определение на его основе эффективности затраты на маркетинг при внедрении hi-tech продукции.

Цель дисциплины как науки – продвинутое изучение взаимодействия экономической теории и маркетинга для обоснования эффективности внедрению hi-tech продукции.

Методами освоения дисциплины «Маркетинговые ожидания на рынке Hi-Tech продукции» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ»

Краткое содержание дисциплины: «Антикризисная стратегия инновационного развития» – научная дисциплина, комплексная дисциплина цикла, в которой конкретизируются знания и умения, полученные при изучении базовых экономических дисциплин. Данный курс выполняет систематизирующую функцию в процессе формирования у магистрантов

представления о механизмах антикризисного управления. На практике это способствует достижению большей эффективности будущей профессиональной деятельности магистрантов, и позволяет им системно рассматривать экономическое развитие хозяйственных субъектов.

Объектом дисциплины является антикризисное управление предприятиями.

Предмет дисциплины –предотвращение или устранение неблагоприятных для организации явлений с помощью разработки и реализации стратегической программы, позволяющей как устранить временные затруднения и сохранить рыночные позиции, так и вывести организацию на новый уровень развития, и ориентированной преимущественно на собственные ресурсы организации.

Цель дисциплины как науки – состоит в усвоении совокупности знаний об основах антикризисного управления предприятиями..

Методами освоения дисциплины «Антикризисная стратегия инновационного развития» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ»

Краткое содержание дисциплины: «Налогообложение и планирование инновационных проектов в национальной экономике» – научная дисциплина, комплексная дисциплина цикла, которая изучает налоговые системы, как экономический, многофункциональный механизм регулирования и стимулирования инвестиционной и инновационной деятельности.

Объектом дисциплины является налоговая система российской экономики.

Предмет дисциплины – система налогообложения и планирования инновационных проектов в национальной экономике.

Цель дисциплины как науки – освоение основных понятий и категорий инновационного проектирования, формирование комплекса знаний, умений и навыков, связанных с осуществлением инвестиционной и инновационной деятельности и ее стимулирования в специфической сфере науки, техники и инноватики.

Методами освоения дисциплины «Налогообложение и планирование инновационных проектов в национальной экономике» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики,

экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ТРАНСФОРМАЦИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Трансформация домашних хозяйств в современной экономике России» – научная дисциплина, в основе которой лежит рассмотрение домашнего хозяйства в качестве одного из ключевых субъектов национальной экономики и изучающая трансформации в экономическом функционировании домашних хозяйств под влиянием различных социально-экономических факторов.

Объектом дисциплины является изменение в экономическом функционировании домашних хозяйств, вследствие трансформационных процессов.

Предмет дисциплины – влияние экономических трансформаций на функционирование домашних хозяйств в экономике РФ.

Цель дисциплины как науки – является влияние изменений в функционировании домашних хозяйств на национальную экономику.

Методами освоения дисциплины «Трансформация домашних хозяйств в современной экономике России» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ»

Краткое содержание дисциплины: «Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ» – научная дисциплина, основывающаяся на науке государственное регулирование и изучающая закономерности управления процессами инновационной деятельности в России.

Объектом дисциплины является механизм управления инновационными процессами.

Предмет дисциплины – процесс инновационной деятельности, включающий различные стадии и формирующийся под воздействием государственного регулирования.

Цель дисциплины как науки – является изучение системы управления процессами, связанными с созданием и применением инноваций, формированием инновационной экономики.

Методами освоения дисциплины «Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СОБСТВЕННОСТИ В РОССИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Экономические и правовые аспекты собственности в России» – научная дисциплина, предполагающая познание интеллектуальной собственности под углом зрения таких важных её аспектов, как экономическое содержание отношений ИС, классификация объектов ИС, роль и место ИС в обществе, система права ИС, авторское право, смежные права, патентное право, права на иные объекты ИС, защита интеллектуальных прав.

Объектом дисциплины являются результаты творческой и интеллектуальной деятельности, которым предоставляется правовая охрана.

Предмет дисциплины – структурные трансформации и проблемы формирования информационной экономики России.

Цель дисциплины как науки – дать магистрантам системное знание о сущности, причинах и тенденциях трансформации структуры российской экономики и показать основные возможные направления ее совершенствования.

Методами освоения дисциплины «Экономические и правовые аспекты собственности в России» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТРУКТУРЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Трансформационные процессы в структуре экономики России» – научная дисциплина, изучающая сущность, причины и основные трансформации структуры экономики России.

Объектом дисциплины является макроструктура российской экономики на индустриальной и переходной стадиях развития.

Предмет дисциплины – составляет исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации.

Цель дисциплины как науки – состоит в обучении магистрантов понятиям и принципам охраны объектов авторского права, промышленной собственности, вопросам договорного регулирования передачи прав на объекты интеллектуальной собственности (ИС), формировании системного представления об интеллектуальной собственности как объекте нематериальных активов предприятия, создающих конкурентное преимущество в современной инновационной экономике.

Методами освоения дисциплины «Трансформационные процессы в структуре экономики России» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.

АННОТАЦИЯ НА ДИСЦИПЛИНУ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ»

Краткое содержание дисциплины: «Конкурентоспособность экономики России в условиях глобализации» – научная дисциплина, основывающаяся на науке экономике и изучающая закономерности развития конкурентоспособности национального хозяйства в глобализирующемся мире.

Объектом дисциплины является национальная экономика России.

Предмет дисциплины – теоретические проблемы конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобализации.

Цель дисциплины как науки – на основе теоретико-методологического анализа конкурентоспособности как экономической категории выявить механизм влияния глобализации на конкурентоспособность национальной экономики.

Методами освоения дисциплины «Конкурентоспособность экономики России в условиях глобализации» являются: аппарат общей теории систем и институциональной теории, методы диалектики, экономико-статистические приемы, метод моделирования, принципы формальной логики, методы экономической теории и маркетинга.