

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе



_____/В.Г. Шубаева

«29» _____ 20 20 г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Международное бизнес-администрирование
Уровень высшего образования	магистратура
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Санкт-Петербург
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	3
УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА	4
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ	4
МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	5
СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	6
БИЗНЕС-АНАЛИЗ И БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ	6
МЕНЕДЖМЕНТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ	6
КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ	7
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГЛОБАЛЬНОЙ СРЕДЕ	7
СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ	8
БИЗНЕС ЭКОСИСТЕМЫ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	9
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ	9
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	10
ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА	11
МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ	11
МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ	11
ДИЗАЙН УСЛУГ	12
МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ	13
УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕСА	13
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ	14
УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК	15
УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДНОСТЬЮ	15
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ	16
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА	17

Наименование дисциплины	ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
Цели и задачи дисциплины	<p>Основной целью изучения иностранного языка является дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной):</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>речевая компетенция</i> – функциональное использование изучаемого языка как средства общения и познавательной деятельности: умение понимать аутентичные иноязычные тексты (аудирование и чтение), в том числе ориентированные на выбранный профиль, передавать информацию в связных аргументированных высказываниях (говорение и письмо), планировать свое речевое и неречевое поведение с учетом специфики ситуации общения; - <i>языковая компетенция</i> – овладение новыми языковыми средствами в соответствии с темами и сферами общения, отобранными для выбранного профиля, навыками оперирования этими средствами в коммуникативных целях; систематизация языковых знаний, а также увеличение объема знаний за счет информации профильно-ориентированного характера (в частности, терминологии); - <i>социокультурная компетенция</i> – расширение объема знаний о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка, совершенствование умений строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике с учетом профильно-ориентированных ситуаций общения, умений адекватно понимать и интерпретировать лингвокультурные факты; - <i>компенсаторная компетенция</i> – совершенствование умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств в процессе иноязычного общения, в том числе и в профильно-ориентированных ситуациях общения; - <i>учебно-познавательная компетенция</i> – дальнейшее развитие специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком, повышать ее продуктивность, а также использовать изучаемый язык в целях продолжения образования и самообразования, прежде всего в рамках выбранного профиля. <p>Задачи:</p> <p>1. Развитие и совершенствование уровня сформированности лингвистической и коммуникативной компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование языковых навыков и умений устной и письменной речи, необходимых для профессионального общения в рамках тематики, предусмотренной программой; • развитие навыков составления и осуществления монологических высказываний (доклады, сообщения и др.); • формирование навыков перевода научно-популярной литературы и литературы по специальности, определения основных положений текста, аннотирования и реферирования текстовой информации; • формирование навыков грамматического оформления

	<p>высказывания;</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование лингвистических понятий и представлений, без которых невозможно практическое овладение языком. <p>2. Формирование социокультурной компетенции на основе аутентичного содержания посредством диалога культур:</p> <ul style="list-style-type: none"> • расширение кругозора обучающихся, повышение уровня его общей культуры и образованности; • совершенствование культуры мышления и речи; • формирование уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов, совершенствование нравственных качеств личности обучающихся.
Тематическая направленность дисциплины	Чтение и анализ научной статьи. Академическое письмо. Рефераты, аннотации. Навыки презентации.
Кафедра	Кафедры иностранных языков

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: ознакомление магистрантов с современным инструментарием, применяемым для экономического обоснования управленческих решений.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> -рассмотрение теоретических основ создания фирмы, осуществления международной торговой деятельности и международной инвестиционной деятельности; -рассмотрение основных элементов микро- и макросреды компании и их воздействие на деятельность фирмы; -рассмотрение основных видов рыночных структур и особенностей поведения фирмы на различных рынках.
Тематическая направленность дисциплины	Особенности предмета управленческой экономики. Теория фирмы. Микро – и макросреда фирмы. Поведение фирмы в условиях различных рыночных структур. Международная торговая деятельность компании: теории международной торговли. Международная инвестиционная деятельность компании: теории прямых иностранных инвестиций.
Кафедра	Общей экономической теории и истории экономической мысли

Наименование дисциплины	ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Проектное управление в отраслях экономики» является выработка теоретических знаний и практических навыков по разработке, обоснованию эффективности и продвижению проектов в компаниях энергетического сектора экономики с учетом риска и неопределенности, специфики функционирования энергетических компаний и особенностей этапа модернизации.</p> <p>К задачам дисциплины относятся:</p> <p>рассмотрение основных стандартов, методов и подходов к</p>

	<p>проектному управлению, изучение основных методов и этапов разработки проектных решений, формирование и обоснование проектных решений на основе методов прогнозирования календарного планирования, обоснование эффективности проектов и анализ присущего им риска, закрепление навыков проектного анализа, включая анализ безубыточности, методы оценки, основанные на движении денежных средств предприятия, анализ рискованности инвестиционных проектов, освоение методов продвижения проектов, их ресурсного обеспечения и формирования проектной команды.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Проектное управление на предприятии. Проект, как объект проектного управления. Виды проектов. Портфель проектов и его формирование. Ресурсы проекта: виды, механизм взаимодействия. Проектная команда, как особый вид ресурсов проекта, командообразование в проектном управлении. Методы проектного управления: традиционный подход, Agile-подход, Scrum, RampUP Система управления проектом. Планирование в проектном управлении. Обоснование возможностей осуществления и риски проекта. Подходы к ТЭО. Инструменты ТЭО. Проектное управление в госсекторе. Система национальных и отраслевых проектов РФ. Проекты ведущих госкорпораций РФ.</p>
Кафедра	<p>Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами</p>

Наименование дисциплины	МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование знаний и компетенций в области проведения самостоятельных научных исследований, выбора и обоснования методов исследования и тестирования исследовательских моделей для получения результатов, позволяющих принимать управленческие решения.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки выявлять и формулировать проблематику исследования, обосновывать ее актуальность; - рассмотреть подходы к формулированию исследовательского вопроса, базовой и связанных с ней субгипотез исследования, разработке концептуальных моделей по увязке гипотез; - формирование навыков по построению теоретического исследования, включая критический анализ литературы; - сравнительный обзор методов сбора и обработки данных для тестирования исследовательских моделей; - сформировать навыки по оформлению результатов исследования, обеспечивающих принятие управленческих решений.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Специфика исследований в бизнесе и менеджменте. Теоретическое исследование: источники и методы анализа вторичной информации. Дизайн и программа эмпирического исследования. Методология количественных исследований. Методология качественных исследований.</p>

Кафедра	Маркетинга
---------	------------

Наименование дисциплины	СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины – формирование навыков стратегического анализа и прогнозирования в современных условиях.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомление с современной теорией и практиками стратегического менеджмента; • формирование навыков анализа текущей среды и разработки сценарных моделей; • развитие навыков анализа конкретных ситуаций принятия управленческих решений.
Тематическая направленность дисциплины	Базовые понятия стратегического менеджмента. Методы анализа внешней и внутренней среды. Методы стратегического прогнозирования. Реализация стратегии.
Кафедра	Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами

Наименование дисциплины	БИЗНЕС-АНАЛИЗ И БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины – овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с бизнес-анализом и бизнес-моделированием в целях разработки эффективных и взаимоувязанных бизнес-модели и стратегии компании.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки разработки бизнес-моделей и бизнес-стратегий компаний в условиях глобализации и/или регионализации; - ознакомить с инструментарием анализа и экономической оценки потребительской ценности как элемента бизнес-модели; - сформировать навыки проведения стратегического анализа цепочки (сети) ценности, бизнес-модели и деловой экосистемы компании при разработке стратегии развития; - сформировать представления о методах и инструментах отраслевого анализа различных товарных рынков; - сформировать систему знаний и навыков проведения анализа внешней и внутренней среды с использованием разнообразных современных методов стратегического и экономического анализа; - ознакомить с методологией разработки бизнес-стратегий.
Тематическая направленность дисциплины	Бизнес-моделирование как метод стратегического анализа и управления компанией. Бизнес-модель: анализ потребительской ценности. Бизнес-модель: анализ цепочки ценности и деловая экосистема. Корпоративная стратегия и бизнес-стратегия. Отраслевой анализ. Методы и модели анализа внешней среды организации. Ключевые факторы успеха. Методы и модели анализа внутренней среды организации.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	МЕНЕДЖМЕНТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ
-------------------------	---

Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: дать студентам знания и навыки управления технологическими инновациями в различных отраслях, включая разработку, внедрение, коммерциализацию</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развить навыки аналитического мышления и выявления рыночных проблем потребителя, - дать основные знания технологических трендов и новаций 4 промышленной революции, новейших технологических укладов - развить навыки планирования процесса разработки технологических инноваций - развить навыки разработки экономического планирования и обоснования технологических инноваций
Тематическая направленность дисциплины	Введение в технологический менеджмент и коммерциализацию инноваций. Технологическое предпринимательство и интрапренерство. Управление интеллектуальной собственностью. Индустриальные инновации и система продвижения и внедрения.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний о современных направлениях развития теории и практики корпоративных финансов, новых инструментов и аналитических приемов, направленных на обоснование финансовых решений и разработку финансовой политики компаний.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать закономерности и современные теории корпоративных финансов; - знать процедуры сбора и обработки информации на основе доступных отечественных и зарубежных данных; - интерпретировать информацию о финансовой политике компании; - владеть новыми инструментами и аналитическими приемами для разработки финансовой политики компаний; - идентифицировать финансовые риски с использованием современных методик анализа; - применять методики обоснования и принятия финансовых решений при составлении аналитических отчетов, а также разработке финансовой стратегии компании.
Тематическая направленность дисциплины	Современное состояние теории корпоративных финансов. Корпоративные финансы и оценка стоимости фирмы: взаимосвязь концептуальных положений. Новые финансовые инструменты и аналитические приемы. Современные исследования моделей политики выплат инвесторам. Финансовая архитектура корпорации. Тестирование концепции “Риск-доходность” на современном этапе развития финансовых рынков. Управление рисками.
Кафедра	Финансов

Наименование дисциплины	ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГЛОБАЛЬНОЙ СРЕДЕ
-------------------------	---

Цели и задачи дисциплины	<p>Целью дисциплины ставится формирование у студентов системного представления об управлении операционной деятельностью предприятия (организации) на международной арене. Большое внимание уделяется процессному подходу к управлению и разработке нового продукта (услуги). Помимо этого, дисциплина стимулирует стремление к личному и профессиональному саморазвитию; умение критически оценивать личные достоинства и недостатки; осознание социальной значимости своей будущей профессии и своей роли в операционных процессах компании.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение магистрантами теоретических знаний о роли, сущности, терминологии и инструментарии операционного менеджмента, а также о современных методах организации машиностроительных и иных высокотехнологичных производств; - приобретение необходимых практических навыков в области обоснования управленческих решений при управлении глобальными производственными системами; - выработка магистрантами навыков сбора, синтеза информации, управления сложными и открытыми системами, процессно- и проектно-ориентированными высокотехнологичными организациями; - понимание взаимосвязи стратегического, тактического, операционного уровней управления предприятием; проектного управления с экономическими процессами, происходящими на макро и микроуровнях; - формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков по использованию учетной и плановой информации для принятия операционных управленческих решений в рамках национальной и международной высокотехнологичной компании.
Тематическая направленность дисциплины	Теоретические основы операционного менеджмента в глобальной среде. Операционная стратегия предприятия. Особенности вертикальной и горизонтальной интеграций на международной арене. Моделирование и управление операционными бизнес-процессами в транснациональной компании. Планирование операционных процессов. Проектирование нового продукта / услуги в транснациональной компании.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у магистрантов системных представлений, комплекса знаний и навыков в отношении разработки мероприятий и действий по созданию стоимости на международных рынках</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение студентами целостного представления об источниках стоимости на международных рынках; - изучение основных стратегий и мероприятий, направленных на увеличение стоимости на международных рынках; - приобретение практических навыков в формировании программы

	<p>мероприятий по созданию стоимости на международных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение принципами и инструментами экономического и стратегического анализа в целях создания, оптимизации и управления международными цепочками создания стоимости в условиях глобализации - формирование навыков доказательства актуальности, теоретического вклада и практической значимости планируемого или выполненного научного исследования - изучение принципов структурирования информации научно-исследовательского характера - владение методами критического анализа публикаций научно-исследовательского характера в области экономики и менеджмента
Тематическая направленность дисциплины	Потребительские тренды и вызовы глобальной среды. Новые модели потребления в условиях развития цифровой экономики. Дизайн мышления как инструмент создания ценности. Методы дизайн мышления.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	БИЗНЕС ЭКОСИСТЕМЫ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать теоретические подходы к исследованию бизнес экосистем современной глобальной цифровой экономики и развить практические навыки отбора и привлечения партнеров в развивающуюся экосистему.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дать представление о современных подходах к исследованию бизнес экосистем и их роли в управлении инновациями в современной глобальной цифровой экономике; • рассмотреть тенденции и перспективы развития бизнес экосистем современных лидеров рынков; • развить навыки выбора и применения количественных и качественных методов прикладных исследований современных рынков и бизнес экосистем в условиях цифровизации; • обучить организационно-технологическому процессу создания бизнес экосистемы.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие бизнес экосистемы и ее роль в управлении инновациями. Тенденции развития бизнес экосистем лидеров рынка. Организационно-технологический процесс создания бизнес экосистемы в цифровой экономике.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: заложить основы завоевания конкурентных преимуществ компаний на глобальном рынке, обеспечив понимание магистрантами факторов успеха, оказывающих влияние на глобальные маркетинговые стратегии.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение студентами целостного представления об особенностях международного маркетинга и способах интернационализации компаний; - приобретение студентами представления о различных

	<p>направлениях маркетинговой деятельности на международных и глобальных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие навыков проведения анализа внешней среды международных рынков и конкурентных преимуществ предприятия; - овладение навыками планирования и реализации маркетинговых политик для разных международных рынков и потребителей. - изучение особенности маркетинг-микса на международных рынках; - анализ современной маркетинговой деятельности ведущих международных компаний.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Содержание и специфика международного маркетинга, взаимосвязь с процессами глобализации и интернационализации предпринимательства. Тенденции изменений в популяционном поведении на глобальных рынках. Маркетинговые исследования международных рынков. Структура и характеристика окружающей среды международного маркетинга. Факторы окружающей среды и их роль в международном маркетинге. Специфика разработки международного маркетинг-микса. Международная товарная политика. Международная коммуникативная политика. Международная ценовая политика. Международная сбытовая политика. Способы присутствия на международных рынках. Стратегическое планирование международного маркетинга. Ключевые факторы успеха международного маркетинга. Оценка эффективности решений в системе международного маркетинга.</p>
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области формирования стратегических и оперативных решений в международном менеджменте с учетом специфики российской экономики.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование у студентов системы знаний о развитии международного менеджмента в глобальной экономике; - изучение студентами теоретико-методологических подходов к исследованию моделей, технологий и инструментария управления международным бизнесом; - приобретение навыков решения экономических и управленческих задач по управлению международными деловыми операциями; - освоение основных приемов анализа международной деятельности компании и совершенствования ее системы управления.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Международные корпорации, финансовые группы и стратегические альянсы как феномен глобальной экономики: особенности управления и организационного развития. Модели интернационализации бизнеса. Стратегический подход в международном менеджменте</p>

	Управление финансами и инвестициям и в международных организациях. Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса. Системы международных рейтингов как основа принятия управленческих решений на международной арене.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА
Цели и задачи дисциплины	Целью изучения данной дисциплины является формирование у магистрантов осознания необходимости понимания ведения электронного бизнеса как новой тенденции в области бизнеса при расширении возможностей цифровой среды и овладение знаниями об основных процессах и типах менеджмента в рамках e-бизнеса. Задачи: – изучение концептуальных, теоретических и методических основ электронного бизнеса; – написание научных статей в группах, тематика которых относится к разным элементам электронного бизнеса, с применением одного из методов проведения исследования: опрос, интервью, тематическое исследование или обзор литературы.
Тематическая направленность дисциплины	Менеджмент электронного бизнеса. Стратегии в электронном бизнесе. Коммуникация, координация и кооперация - уровни e-бизнеса. Основные бизнес-процессы в электронном бизнесе. Предприятие 2.0.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ
Цели и задачи дисциплины	Основная цель данной дисциплины – изучение теоретических основ и практических аспектов межкультурной коммуникации в организациях, формирование межкультурной коммуникативной компетенции в профессиональной деятельности и становление медиатора культур. Задачи дисциплины: - раскрытие глубокой связи между культурой и коммуникацией в профессиональной среде; - формирование франкоязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере, владение французским языком как инструментом межкультурного профессионального и делового общения.
Тематическая направленность дисциплины	Профессиональная коммуникация и культура. Межкультурная коммуникация в профессиональной деятельности (фр, нем). Язык и культура: вербальная межкультурная коммуникация (фр, нем). Межкультурная коммуникация и корпоративная культура (фр, нем). Межкультурная коммуникация и конфликт культур (фр, нем).
Кафедра	Романо-германской филологии и перевода

Наименование дисциплины	МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ
Цели и задачи	Цель дисциплины: приобретение обучающимися

дисциплины	<p>коммуникативной компетенции, позволяющей осуществлять межличностное, профессиональное взаимодействие в соответствии с традициями, принятыми в русскоязычной среде.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование и систематизация лингвострановедческих знаний и способности их использовать в речевой деятельности на русском языке в профессиональной сфере коммуникации, соотносить иноязычную и русскоязычную культуры; - умение использовать разнообразные стратегии для установления и поддержания контактов в профессиональной русскоязычной среде как в письменной, так и устной форме в сфере официально-делового стиля и научного стилей речи; - умение эффективно устранять недопонимание и конфликтные ситуации, вызванные межкультурными различиями; - владение навыками подготовки публичных выступлений, участия в научных дискуссиях, представления и обоснования собственной точки зрения; - владение навыками написания научных работ разного жанра, оформления их в соответствии со стандартами.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Коммуникация. Типы коммуникации. Особенности межкультурной коммуникации. Культура и её функции. Культурный конфликт и культурный шок. Этноцентризм и культурный релятивизм. Язык и культура. Язык и идеология. Языковая картина мира. Лингвострановедение. Лингвострановедческая теория слова. Сущность межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации. Языковая личность. Национальный характер. Русские традиции, этикет. Слово в межкультурной коммуникации. Концепты русской культуры. Фразеология как отражение национальных особенностей русского характера. Особенности коммуникативного невербального поведения русских людей. Деловая коммуникация и её особенности в русскоязычной среде.</p>
Кафедра	Русского языка и литературы

Наименование дисциплины	ДИЗАЙН УСЛУГ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у магистрантов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ дизайна услуг, а также развитие практических навыков дизайна инновационных процессов обслуживания.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Дизайн услуг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть теоретические, методические и концептуальные основы планирования сервисных процессов; • сформировать маркетинговый подход к формированию инновационных процессов обслуживания; • ознакомить с основными особенностями дизайна услуг в различных отраслях. <p>В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в маркетинговой деятельности посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.</p>

Тематическая направленность дисциплины	Сервисная экономика и ее границы. Виды сервисных инноваций, модели обеспечения качества и ценообразования. Методы дизайна услуг. Персональные услуги. Технологические услуги.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: овладение магистрантами знаниями, умениями и навыками, связанными с маркетинговыми аспектами разработки и продвижения инноваций, построением инновационно-ориентированных бизнес-процессов на предприятии, вовлечением потребителей в инновационную деятельность.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рассмотрение понятийного аппарата инновационного маркетинга; – изучение потребительских практик и особенностей поведения потребителей в инновационной экономике; – рассмотрение принципов и методов формирования инновационно-ориентированных цепочек создания потребительской ценности, инструментов вовлечения потребителей в инновационные процессы; – ознакомление с современными концепциями и методами формирования инновационных стратегий, инструментами разработки и продвижения инновационных продуктов.
Тематическая направленность дисциплины	Значение инноваций в экономике. Роль и задачи маркетинга в инновационной деятельности. Проблемы исследования поведения потребителей в условиях инновационной экономики. Маркетинговые аспекты формирования и управления инновационно-ориентированными цепочками создания потребительской ценности. Управление взаимоотношениями в цепочке создания потребительской ценности. Инструменты маркетинга инноваций.
Кафедра	Маркетинга

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕСА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: состоит в изучении обучающимися основополагающих представлений и практических методов об управлении эффективностью в современной организации как основы деятельности современного менеджера.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Формирование представлений об управлении эффективностью как отдельном виде деятельности менеджера, структуре, объектах, субъектах такого управления • Изучение процесса управления эффективностью бизнеса на основе системного подхода, ознакомление с современными концепциями управления эффективностью • Изучение процесса управления эффективностью как совокупности выполняемых менеджером функций (процессный подход в менеджменте)

	<ul style="list-style-type: none"> Формирование умений и навыков по применению различных методов управления эффективностью деятельности организации, ее подразделений, отдельных объектов системы управления эффективностью.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Тема 1. Основные макроэкономические факторы, влияющие на эффективность бизнеса в современных условиях.</p> <p>Тема 2. Системный подход к управлению эффективностью бизнеса: понятие системы управления эффективностью, подсистемы объекты и субъекты.</p> <p>Тема 3. Критерии и основные показатели эффективности бизнеса, факторная модель выбора структуры показателей эффективности бизнеса</p> <p>Тема 4. Управление прибыльностью продаж в бизнесе.</p> <p>Тема 5. Современные методы управления эффективностью затрат.</p> <p>Тема 6 Управление рабочим капиталом организации.</p> <p>Тема 7. Управление эффективностью долгосрочных активов.</p> <p>Тема 8. Управление эффективностью финансовыми ресурсами организации</p> <p>Тема 9. Понятие человеческий капитал и методы обеспечения его эффективности.</p> <p>Тема 10. Динамика развития управления эффективностью бизнеса на основе концепции жизненного цикла организации</p>
Кафедра	Проектного менеджмента и управления качеством

Наименование дисциплины	МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у магистрантов современных компетенций в области функционирования международных финансовых рынков, а также овладение современными методами и инструментами регулирования финансовых рынков.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить основы понятий о функционировании международных финансовых рынков; – овладеть знаниями о современных и классических концепциях развития финансовых рынков; – приобрести навыки для овладения основным инструментарием, необходимым для анализа, планирования и управления инвестициями на финансовых рынках; – овладеть навыками идентификации рисков, связанных с деятельностью на международных финансовых рынках; – освоить основные принципы оценки финансовых инструментов; – овладеть навыками находить эффективные организационно-управленческие решения инвестиционного и финансового характера на международных финансовых рынках; – освоить основные инструменты для построения инвестиционного портфеля.
Тематическая направленность дисциплины	Роль и функции финансовых рынков в экономике. Инструменты рынка ценных бумаг. Характеристика и особенности развития основных сегментов рынка ценных бумаг. Институты финансовых рынков. Финансовые риски. Построение портфеля ценных бумаг. Регулирование финансового рынка. Международные финансовые

	кризисы.
Кафедра	Финансов

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: изучение концептуальных основ и формирование практических навыков управления цепями поставок в международном бизнесе.</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение концептуальных основ и эволюции теории управления цепями поставок; – характеристика научно-методических подходов к проектированию и интегрированному планированию цепей поставок в международном бизнесе; – ознакомление с теорией и практикой разработки стратегий управления цепями поставок в международном бизнесе; – формирование практических навыков использования технологий таможенной и транспортной логистики в международных цепях поставок; <p>изучение моделей и методов управления логистическими процессами в цепях поставок и определение функционального поля их применения.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> – Концептуальные основы управления цепями поставок. – Проектирование и интегрированное планирование цепей поставок в международном бизнесе. – Стратегии управления цепями поставок в международном бизнесе. – 4. Интеграция технологий таможенной и транспортной логистики в международных цепях поставок. – 5. Модели и методы управления логистическими процессами в цепях поставок.
Кафедра	Логистики и управления цепями поставок

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДНОСТЬЮ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать системное представление о ревеню-менеджменте как технологии, обеспечивающей конкурентоспособность и доходность компаний международного бизнеса.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотрение основного понятийно-категориального аппарата и ключевых положений в области ревеню-менеджмента; • рассмотрение методологической платформы «ревеню-менеджмент»; • выявление возможностей применения комплексного инструментария ревеню-менеджмента как ценовой политики международной компании на основе прогнозирования спроса, с целью обеспечения ее высокой доходности; • изучение алгоритмов для повышения эффективности ревеню-менеджмента; • изучение опыта внедрения систем ревеню-менеджмента в международной деятельности транснациональных корпораций.
Тематическая	Предпосылки появления ревеню-менеджмента, его развитие и

направленность дисциплины	<p>применение в международном бизнесе</p> <p>Основы ревеню менеджмента и способы использования в международном бизнесе.</p> <p>Клиенты, товары/услуги и их продвижение. Ценовая политика.</p> <p>Использование технологии ревеню менеджмента в международном бизнесе: практический аспект.</p> <p>Методы и способы внедрения технологий ревеню менеджмента в международном бизнесе.</p> <p>Ревеню-менеджмент в действии: на примере индустрии сервиса (международного гостиничного бизнеса, международного туристского бизнеса) и международных логистических компаний.</p> <p>Интерактивный проект (работа в группах) по применению технологий ревеню менеджмента в операционной деятельности предприятия.</p>
Кафедра	Мировой экономики и международных экономических отношений

Наименование дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины:</p> <p>Деловой иностранный язык являются: формирование и дальнейшее развитие у студентов иноязычной коммуникативной компетенции, а именно: лингвистической, социолингвистической, социокультурной, дискурсивной, социальной; формирование академических компетенций, необходимых для использования английского языка в учебной, научной, и профессиональной деятельности, дальнейшем обучении и проведения научных исследований в заданной области; освоение элементов делового иностранного языка и переход к формированию иноязычной профессиональной компетенции; ориентирование на использование иностранного языка в межличностном общении и дальнейшей профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование умений построения целостных, связных и логичных высказываний разных функциональных стилей в устной и письменной профессионально значимой коммуникации на основе понимания различных видов текстов при чтении и аудировании ; - формирование умений использовать язык в определенных функциональных целях в зависимости от особенностей социального и профессионального взаимодействия: от ситуации, статуса собеседников и адресата речи и других факторов, относящихся к прагматике речевого общения; - формирование умений использовать и преобразовывать языковые формы в соответствии с социальными и культурными параметрами взаимодействия в сфере профессиональной коммуникации; - развитие исследовательских умений; - развитие информационной культуры - расширение кругозора магистранта, повышение уровня его общей культуры и образованности.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Раздел 1 Риски</p> <p>Раздел 2 Кризис менеджмент</p>
Кафедра	Романо-германской филологии и перевода

Наименование дисциплины	ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цели освоения дисциплины: изучение студентами особенностей системы правового регулирования управления предприятием, приобретение навыков работы с нормативным материалом, его анализа и практического использования.</p> <p>Задачи: овладение понятийным аппаратом, используемым при правовом регулировании и управлении предприятием; характеристика юридических институтов, регулирующих основные направления управления предприятием; освоение правовых методов воздействия в управлении предприятием; формирование умений осуществлять публично-частное взаимодействие в экономической сфере в правовых формах и анализировать инструменты правового регулирования.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Правовые основы управления. Формы управления предприятием (организацией) и их виды. Юридический менеджмент. Общие и правовые требования к формированию трудового коллектива. Субъекты юридического управления на предприятии. Правовое обеспечение стратегии предприятия. Права должностных лиц в стратегии предприятия. Общие положения ответственности руководителя предприятия за правонарушения в сфере управления. Правоотношения между субъектами управления. Принятие локальных документов на предприятии. Надзорная деятельность и контрольные полномочия органов исполнительной власти по отношению к хозяйствующим субъектам.</p>
Кафедра	Предпринимательского и энергетического права