

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебной и методической работе
/В.Г. Шубаева
20 17 г.



АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень высшего образования	бакалавриат
Год набора	2017

Санкт-Петербург
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ИСТОРИЯ	4
ФИЛОСОФИЯ	4
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	5
ПРАВОВЕДЕНИЕ	6
ПСИХОЛОГИЯ	7
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	8
РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ	9
СОЦИОЛОГИЯ	10
МАТЕМАТИКА	10
СТАТИСТИКА (ТЕОРИЯ СТАТИСТИКИ, СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА)	11
МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	11
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	12
ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	12
ТЕОРИЯ ВЕРОЯТНОСТЕЙ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА	13
УПРАВЛЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕМ	14
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ	14
МАРКЕТИНГ	15
УЧЕТ И АНАЛИЗ (ФИНАНСОВЫЙ УЧЕТ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ, ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ)	16
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	17
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	18
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ	19
КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	20
ЛОГИСТИКА	21
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ	21
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ	22
ВВЕДЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТ	23
ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА	23
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	24
ТЕОРИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ	25
ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	26
УСТОЙЧИВЫЙ МАРКЕТИНГ	26
УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК	27
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	27
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	28
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	29
ЭКОНОМИКА МАРКЕТИНГА	29
ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	30
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГЕ	31
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ	31

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И БЕНЧМАРКИНГ	32
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	33
МАРКЕТИНГ УСЛУГ	33
ПРОГРАММНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	34
ОПЕРАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	35
МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ.....	35
УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	36
ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ И АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА	37
ЭЛЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ	37
УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ	38
БРЕНДИНГ И ОЦЕНКА КАПИТАЛА БРЕНДА	39
МАРКЕТИНГ-АНАЛИТИКА	39
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ ДАННЫХ	40
МАРКЕТИНГ-КОНТРОЛЛИНГ И АУДИТ	41
ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА.....	42
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	42
МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	43
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ	43
ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ.....	44
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ КАНАЛАМИ.....	45
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ	45
МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	46
В2В МАРКЕТИНГ	47
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ)	48
МЕТОДЫ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГЕ И ЛОГИСТИКЕ.....	50
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (УГЛУБЛЕННЫЙ КУРС).....	51

Название дисциплины	ИСТОРИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать у студентов представления об основных закономерностях и направлениях исторического процесса; показать место России в этом процессе, выделить общее и особенное в истории российской цивилизации.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомление студентов с основными проблемами современной исторической науки; – анализ основных концепций современной российской историографии; – формирование знаний по всеобщей истории и истории России в частности; – формирование начальных практических навыков работы с историческими исследованиями и историческими источниками.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Историческое знание, его происхождение и современное состояние.</p> <p>Древнейшие цивилизации в истории человечества</p> <p>Древняя Русь и Европа в V – XIII вв.</p> <p>Русь и Европа в XIV – XVII вв. Становление Российского централизованного государства</p> <p>Россия и Европа в XVIII в. Просвещенный абсолютизм</p> <p>Россия в первой половине XIX в</p> <p>Россия во второй половине XIX в.</p> <p>Россия в условиях социально-политического кризиса начала XX в.</p> <p>Становление СССР и усиление международных противоречий в 1920-ые – первой половине 50-ых гг. XX в.</p> <p>СССР и мир во второй половине XX в. Распад СССР</p> <p>Россия и мировое сообщество в XXI в.</p>
Кафедра	Международных отношений, медиалогии, политологии и истории

Название дисциплины	ФИЛОСОФИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель (цели) освоения дисциплины: дать студентам базовые философские знания; сформировать навыки философского осмысления мировоззренческих проблем.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дать студентам понимание специфики философского знания; - раскрыть содержание основных философских учений и закономерности историко-философского процесса; - раскрыть связь философии с духовной культурой, социальной практикой, повседневностью; - сформировать практические навыки философского анализа и дискуссии; - показать значение философских знаний для решения экзистенциальных и профессиональных проблем.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет философии</p> <p>Структура философского знания.</p> <p>Философия Древнего Востока.</p> <p>Античная философия.</p> <p>Философия средневековья.</p> <p>Философия Возрождения.</p>

	Философия Нового времени. Современная философия. Русская философия. Проблема бытия. Проблемы познания. Философия и методология науки. Проблема человека. Социальная философия.
Кафедра	Философии

Название дисциплины	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"> - речевая компетенция – 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; - языковая компетенция – 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, полученных в школе, а также увеличение объема знаний за счет информации профильно-ориентированного характера (в частности, терминологии); - социокультурная компетенция – 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; - компенсаторная компетенция – совершенствование умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств в процессе иноязычного общения, в том числе и в профильно-ориентированных ситуациях общения; - учебно-познавательная компетенция – 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>Задачами дисциплины «Иностранный язык», исходя из цели этой дисциплины, являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие и совершенствование уровня сформированности лингвистической и коммуникативной компетенций: <ul style="list-style-type: none"> • формирование языковых навыков и умений устной и

	<p>письменной речи, необходимых для профессионального общения в рамках тематики, предусмотренной программой;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 высказывания; • 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 студента, 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 студента.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Путешествие (англ.) Первые контакты на предприятии (нем.) Путешествие (фр.) Культура (англ.) Презентация немецкой компании (нем.) Информационные технологии (фр.) Бренды (англ.) Начало работы в новой фирме (нем.) Проблемы молодежи (фр.) Реклама (англ.) Коммуникация в офисе (нем.) Инструменты информационных систем (фр.) Зарубежные рынки (англ.) Деньги зарабатывать и тратить (нем.) Занятость. Безработица (фр.) Деньги (англ.) Деловые контакты и формы поведения (нем.) Предприятие: классификации, структуры, управление (фр.) Лидерство (англ.) Презентация продукта (нем.) Предприятие: социальные аспекты (фр.) Трудоустройство (англ.) Рабочее время (нем.) Банковский сектор (фр.)</p>
Кафедра	Английского языка №1, Романо-германской филологии и перевода

Название дисциплины	ПРАВОВЕДЕНИЕ
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: формирование у студентов основ правовых знаний, обеспечивающих усвоение сущностных характеристик права, умение ориентироваться в системе законодательства и

	<p>практике его применения, а также возможность дальнейшего углубленного изучения отдельных правовых дисциплин, самоорганизации и самообразования выпускника направления подготовки «Менеджмент».</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечить знание основных понятий, категорий и ключевые положения общей теории государства и права; – обеспечить усвоение основ конституционного (государственного) права, особенно в части основ конституционного строя, прав и свобод человека и гражданина; – разъяснить общие положения основополагающих отраслей права; – сформировать навыки понимания российской правовой системы: административного, финансового, уголовного, экологического, гражданского, семейного, трудового права, а также правовых основ защиты государственной тайны; – обеспечить приобретение начальных практических навыков работы с законами и иными нормативными правовыми актами (т.е., научить работать в поиске необходимых нормативных актов, соответствующих норм и т.д.).
Тематическая направленность дисциплины	<p>Общая теория государства и права Конституционное право Административное право Финансовое право Уголовное право Экологическое право Правовые основы защиты государственной тайны Гражданское право Семейное право Трудовое право</p>
Кафедра	Теории и истории государства и права

Название дисциплины	ПСИХОЛОГИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование системы знаний в области психологической науки для формирования основ психологической культуры, личностного и последующего профессионального развития, самоорганизации и самообразования выпускника направления подготовки «Менеджмент».</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать у студентов понятийный аппарат в области психологической науки; – дать представление о существующих в психологии подходах, принципах и методах исследования личности; – продемонстрировать достижения представителей различных направлений и школ психологии в исследовании психики и поведения человека; – ознакомить с теоретическими и прикладными работами по вопросам психологии саморазвития и самообразования личности; – научить студентов понимать закономерности психического

	<p>развития человека; планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений в управленческой деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;</p> <p>– научить студентов самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности в области управления; приемам самоорганизации при выполнении профессиональной деятельности в области управления.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Особенности психологии как науки и ее роль в формировании способности к самоорганизации и самообразованию</p> <p>Природа психики человека. Психика и способность личности к самоорганизации</p> <p>Познавательная сфера личности: приемы развития познавательных процессов</p> <p>Эмоции и чувства личности. Саморегуляция эмоциональной сферы</p> <p>Мотивационно-волевая сфера личности и ее роль в самоорганизации и самообразовании</p> <p>Темперамент и характер личности, роль самовоспитания в формировании характера</p> <p>Способности и их развитие</p> <p>Психология личности и развитие потенциала личности</p> <p>Психология общения, роль общения в саморазвитии личности</p> <p>Психология малых групп. Развитие лидерского потенциала личности</p>
Кафедра	Педагогика и психологии

Название дисциплины	ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: в формировании у студентов комплекса базовых экономических знаний и навыков, необходимых для изучения и освоения специальных курсов, умения анализировать различные экономические процессы в России и в мире, развитии экономического мышления, направленного на понимание форм, методов, приоритетов и направлений развития экономики.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение и осмысление понятийного аппарата экономической теории; – овладение методологией экономических исследований; – приобретение навыков самостоятельного анализа конкретных экономических проблем; – изучение принципов поведения различных хозяйствующих субъектов в условиях ограниченности экономических ресурсов; – понимание сущности и содержания экономических процессов и явлений, описанных экономическими моделями и зависимостями; – развитие представления о возможных соотношениях влияния рынка и государства в различных экономических процессах; <p>умение оценивать социально-экономические последствия различных мер экономической политики государства.</p>
Тематическая направленность	Предмет и метод экономической теории. Собственность как основа экономических систем. Типы

дисциплины	<p>экономических систем. Натуральное и товарное хозяйство. Базовые категории общественного производства. Характеристика современной рыночной экономики и предпринимательская деятельность. Основы теории потребительского поведения. Производство и предложение благ. Издержки фирмы. Спрос и предложение, механизм рыночного ценообразования. Модели рыночной конкуренции. Доходы от факторов производства и их распределение. Макроэкономика: показатели измерения и экономический рост. Потребление, сбережение, накопление, инвестиции. Циклическое развитие экономики. Экономическая нестабильность Труд, занятость и безработицы. Рынок труда. Кредитно-денежная систем и монетарная политика. Инфляция и ее виды. Финансовая система. Бюджетно-налоговое регулирование экономики. Совокупные доходы населения и социальная политика. Мировое хозяйство. Глобализация и регионализация мировой экономики.</p>
Кафедра	Общей экономической теории и истории экономической мысли

Название дисциплины	РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов нефилологического профиля умения оптимально использовать различные средства современного литературного русского языка в рамках профессионального взаимодействия.</p> <p>Задачи: формирование компетенций, которые необходимы каждому специалисту для успешной коммуникации в его профессиональной деятельности; совершенствование знаний и навыков владения нормами современного русского языка; формирование и развитие навыков речевой деятельности, необходимых в различных ситуациях общения, установления и поддержания контактов</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Речевое взаимодействие Нормативный аспект культуры речи Коммуникативный и этический аспекты культуры речи. Публичная речь Русский национальный язык и его высшая форма – литературный язык Основные единицы языка Понятие о функциональных стилях Научный стиль Официально-деловой стиль</p>
Кафедра	Русского языка и литературы

Название дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Социология» является формирование у студентов целостного представления об обществе как социокультурной системе, развитие умения применять полученные знания в социальной и профессиональной деятельности, навыков социологического анализа социальных явлений и процессов, происходящих в современном обществе.</p> <p>Задачами изучения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализ основных этапов развития социологической мысли и современных методологических направлений в социологии; • выработка понимания общества как целостной саморегулирующейся системы; • анализ социальной структуры современного общества и процессов взаимодействия социальных групп и общностей; • формирование представлений о структуре и функциях социальных институтов; • знакомство с методами и процедурами социологических исследований.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Социология как наука об обществе. Основные этапы становления и развития социологии. Общество как целостная социокультурная система Социальная структура общества и ее эволюция в России. Социальные институты, их типология и эволюция Личность и ее социализация Организация и проведение эмпирического социологического исследования.</p>
Кафедра	Управления персоналом

Название дисциплины	МАТЕМАТИКА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: изложить необходимый математический аппарат и привить бакалаврам навыки его использования при анализе и решении профессиональных задач.</p> <p>Задачи: познакомить бакалавров с математическими методами, дающими возможность изучать и прогнозировать процессы и явления из области их будущей деятельности; развитие логического, математического и алгоритмического мышления, способствование формированию умений и навыков самостоятельного анализа и исследования профессиональных проблем, развитию стремления к научному поиску путей совершенствования своей работы.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Элементы линейной алгебры Аналитическая геометрия и векторная алгебра Анализ функций одной переменной Дифференциальное исчисление функций одной переменной Комплексные числа Неопределенный интеграл Определенный интеграл Функции нескольких переменных Двойной интеграл</p>

	Обыкновенные дифференциальные уравнения младших порядков Линейные ОДУ высших порядков Числовые ряды Степенные ряды
Кафедра	Высшей математики

Название дисциплины	СТАТИСТИКА (ТЕОРИЯ СТАТИСТИКИ, СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА)
Цели и задачи дисциплины	Цель освоения дисциплины: ознакомление студентов с основными статистическими категориями, методами сбора, обработки и анализа массовых социально-экономических явлений с учетом их взаимосвязанности, динамичности и пространственной вариации. Задачи: -дать представление об организации и функционировании системы государственной статистики, источниках статистической информации, видах и формах статистического наблюдения; -раскрыть методику расчета экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов, показателей социально-экономической статистики; -сформировать навыки анализа макро- и микроэкономических показателей для решения профессиональных задач.
Тематическая направленность дисциплины	Задачи статистики. Сбор и представление статистической информации. Изучение вариации Выборочный метод Статистические методы изучения связей. Анализ временных рядов Задачи социально-экономической статистики. Статистическое изучение ресурсов экономической деятельности Измерение результатов и эффективности экономической деятельности Статистика уровня жизни населения
Кафедра	Статистики и эконометрики

Название дисциплины	МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины «Методы принятия управленческих решений»: формирование теоретических знаний о математических, статистических и количественных методах разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях определенности, неопределенности и риска с использованием наиболее рациональных приемов и методов, а также практических навыков нахождения организационно-управленческих решений и готовности нести за них ответственность. Задачи: • изучение современных методов принятия управленческих решений, используемых в практической деятельности отечественных и зарубежных организаций; • изучение технологий процессов принятия эффективных управленческих решений;

	<ul style="list-style-type: none"> • получение практических навыков и умений самостоятельно разрабатывать и принимать управленческие решения и адаптировать методы принятия управленческих решений, исходя из особенностей конкретного объекта управления.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Менеджмент как процесс принятия управленческих решений. Модели и моделирование в теории принятия решений. Методы разработки, принятия и реализации управленческих решений. Методы контроля реализации управленческих решений. Ответственность в системе принятия и реализации управленческих решений. Эффективность управленческих решений.</p>
Кафедра	Менеджмента и инноваций

Название дисциплины	ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний в области информационных технологий управления процессами логистики.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение теоретических знаний в области информационных технологий в управлении процессами логистики; – формирование умения использовать современные информационные технологии; – выработка практических навыков работы пользователя в операционной среде; – закрепление теоретических знаний по обработке информации в среде пакетов прикладных программ универсального назначения.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные сведения об информации и информационных процессах Информационные системы и технологии Информационные технологии обработки текстовых документов Информационные технологии обработки таблиц Основы работы с базами данных</p>
Кафедра	Вычислительных систем и программирования

Название дисциплины	ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в области использования природных ресурсов, а также технологий улучшения, восстановления и охраны окружающей среды, направленных на поддержание экологической безопасности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Освоение научного подхода к организации природопользования и поддержанию экологической безопасности в современных условиях. • Изучение финансовых механизмов охраны природы и обеспечения рационального природопользования • Изучение системы природоохранного законодательства в области природопользования.

	<ul style="list-style-type: none"> • Изучение методов рационального природопользования. • Изучение принципов создания малоотходных и гибких технологий. • Изучение методов анализа воздействия промышленных предприятий на окружающую среду. • Изучение принципов классификации отходов и методов их переработки. • Освоение методов предотвращения загрязнения, очистки и регенерации грунтов, почв, водных и газовых сред. • Изучение методов восстановления нарушенных экосистем в том числе биологического разнообразия в экосистемах.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Природопользование и природные ресурсы Недропользование Землепользование Водопользование Лесопользование Пользование объектам растительного и животного мира Государственное регулирование природопользования Законодательство в сфере природопользования Кадастры и реестры объектов природопользования. Экономические механизмы регулирования в сфере природопользования Основные принципы и понятия экологии. Направления и методы поддержания экологической безопасности Основы экологического нормирования Понятие об экологическом менеджменте как инструменте поддержания экологической безопасности</p>
Кафедра	Региональной экономики и природопользования

Название дисциплины	ТЕОРИЯ ВЕРОЯТНОСТЕЙ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: дать необходимый запас сведений по теории вероятностей и математической статистике (основные определения, теоремы, правила), а также математический аппарат, помогающий моделировать, анализировать и решать профессиональные задачи.</p> <p>Задачи: научить бакалавров методам построения математических моделей экономических ситуаций с дальнейшим их решением аналитически или с применением вычислительной техники и последующим анализом, имеющим целью принятие оптимального решения; развитие логического, математического и алгоритмического мышления.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Случайные события Вероятность случайного события. Случайные величины. Элементы корреляционной теории. Закон больших чисел Основы выборочного метода и элементы статистической теории оценивания.</p>
Кафедра	Высшей математики

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕМ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель: формирование у студентов знаний и навыков в области реализации государственной политики ресурсосбережения и повышения энергоэффективности в различных отраслях экономики и сферах деятельности общества, включая нормативно-правовое, экономическое и организационно-технологическое обеспечение.</p> <p>Задачи:</p> <p>изучить содержание государственной политики в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности;</p> <p>рассмотреть современные модели управления ресурсосбережением и повышением энергетической эффективности;</p> <p>обосновать методы формирования и реализации энергоэффективных проектов;</p> <p>выявить особенности управления энергоэффективностью и ресурсосбережением в отраслевом разрезе.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Историческая практика и международный опыт ресурсосбережения и повышения энергетической эффективности</p> <p>Направления государственной политики РФ в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности</p> <p>Управление финансированием программ и проектов в области энергоэффективности и ресурсосбережения</p> <p>Управление энергоэффективностью и ресурсосбережением в социальной сфере и ЖКХ</p> <p>Управление энергоэффективностью и ресурсосбережением в сфере инженерной инфраструктуры региона</p> <p>Управление энергоэффективностью и ресурсосбережением в сфере обращения с твёрдыми отходами</p>
Кафедра	Государственного и территориального управления

Название дисциплины	БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности, т.е. готовности и способности личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование у обучающихся представления о содержании понятий «опасности» и «безопасности»; • формирование знания о принципах и методах защиты человека и среды обитания от поражающих факторов чрезвычайных ситуаций; • освоение практических навыков принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий, проведения мероприятий по ликвидации их последствий, умения оказывать первую помощь.

Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные функции БЖД</p> <p>Идентификация и классификация основных природных и техногенных опасностей, их свойства и характеристики.</p> <p>Техносферная безопасность</p> <p>Характеристики и источники основных вредных и опасных факторов среды обитания и компонентов техносферы</p> <p>Методы защиты человека и среды обитания от вредных и опасных факторов</p> <p>Воздействие тока на человека. Электробезопасность</p> <p>Методы защиты человека и среды обитания от вредных веществ, физических полей</p> <p>Химически опасные объекты (ХОО). Химически опасные вещества(ХОВ) и их характеристика. Методы защиты</p> <p>Ионизирующие излучения. Радиационная опасность. Влияние радиации на организм человека. Оценка радиационной опасности</p> <p>Психологические и эргономические условия организации и безопасности труда</p> <p>Принципы, методы и средства организации комфортных условий жизнедеятельности. Основы профилактики заболеваний</p> <p>Санитарно-гигиенические требования. Микроклимат.</p> <p>Нормирование освещенности</p> <p>Оценка и нормирование освещенности. Расчет освещения</p> <p>Виды и условия трудовой деятельности. Работоспособность человека. Обучение, инструктаж</p> <p>Анализ производственного травматизма</p> <p>Организационная структура и задачи Единой Государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС(РСЧС)</p> <p>Основы организации и деятельности аварийно-спасательных формирований, служб и подразделений. Структура ГО организации</p> <p>Классификация стихийных бедствий и природных катастроф. ЧС: классификация, характеристика и поражающие факторы. Методы защиты</p> <p>Природные чрезвычайные ситуации, методы защиты населения</p> <p>Пожарная опасность. Правила, методы, способы защиты</p> <p>Средства, методы, способы защиты населения при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> <p>Терроризм в современных условиях, основные методы, принципы борьбы с ним</p> <p>Направления предупреждения терроризма. Оказание помощи пострадавшим</p> <p>Организация обучения населения к действиям в ЧС</p> <p>Оказание первой медицинской помощи пострадавшим в ЧС</p> <p>Системы безопасности объекта. Устойчивость функционирования организации</p> <p>Законодательные и нормативные основы управления БЖД. Органы государственного управления безопасностью</p> <p>Международное сотрудничество в области БЖД. Страхование рисков</p>
Кафедра	Безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций

Название	МАРКЕТИНГ
----------	------------------

дисциплины	
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель освоения дисциплины: создать профессиональную компетенцию студентов в области маркетинга для ориентации всех функций предприятия на рынок и повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности.</p> <p>Основные задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление о маркетинге как философии и инструментариим рыночной деятельности предприятия; – дать понятие о видах маркетинговой деятельности и связи маркетинга с другими функциями предприятия; – сформировать словарь профессиональной лексики маркетолога; – развить навыки проведения анализа маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятия; – развить навыки планирования и реализации маркетинговых политик.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Маркетинг и общество. Концепции маркетинга, типы маркетинга</p> <p>Анализ маркетинговой среды предприятия. Маркетинговые исследования</p> <p>Маркетинговые стратегии</p> <p>Товарная политика</p> <p>Ценовая и сбытовая политики маркетинга</p> <p>Коммуникативная политика</p> <p>Оценка эффективности маркетинговой деятельности</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УЧЕТ И АНАЛИЗ (ФИНАНСОВЫЙ УЧЕТ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ, ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ)
Цели и задачи дисциплины	<p>Цели дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дать знания о методологии отражения информации о фактах хозяйственной жизни, активах, обязательствах, источниках финансирования деятельности, доходах, расходах и других объектах в системе бухгалтерского учета организации, а также о правилах формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности; - раскрыть теорию, то есть концепцию (методологию) и методику анализа хозяйственной деятельности, его общие и частные цели, задачи и содержание; - определить, роль финансового анализа в системе управления экономикой организации; - научить аналитически оценивать информационные потоки и «читать» финансовую (бухгалтерскую) отчетность организации; - раскрыть методику и выработать навыки факторного анализа и объективной оценки финансовой устойчивости, финансовых результатов и эффективности деятельности организации в целом. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать системное представление о методологии бухгалтерского учета; - сформировать знания методов и правил организации и ведения бухгалтерского учета; - выработать практические навыки по отражению в

	<p>бухгалтерском учете информации о фактах хозяйственной жизни, активах, обязательствах, источниках финансирования деятельности, доходах, расходах и других объектах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выработать практические навыки по формированию основных форм бухгалтерской (финансовой) отчетности: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах; - формирование полноценной, достоверной и объективной аналитической информации, то есть расчетов, обоснований и заключений по анализу и оценке финансовой устойчивости, финансовых результатов и эффективности деятельности организации в целом; - подготовка и аналитическое обоснование вариантов управленческих решений; - разработка эффективных методов оперативного управления и маневрирования ресурсами организации; - обоснование стратегии и тактики развития организации; - прогнозирование деятельности организации и ее финансовых результатов
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет и метод бухгалтерского учета. Классификация хозяйственных средств Бухгалтерский баланс Счета и двойная запись Документирование, инвентаризация, оценка как элементы метода бухгалтерского учета Синтетический, аналитический, финансовый и управленческий учет Учет различных видов имущества Учет текущих обязательств и расчетов Состав и содержание бухгалтерской (финансовой) отчетности Анализ (финансовый анализ) Теоретические основы финансового анализа Бухгалтерская (финансовая) отчетность как основной источник финансовой информации для анализа Анализ финансового состояния организации Анализ финансовых результатов деятельности организации и рентабельности инвестиций</p>
Кафедры	<p>Аудита и внутреннего контроля Бухгалтерского учета и анализа</p>

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель освоения дисциплины: изучение основ современной теории и практики управления человеческими ресурсами на макро-мезо-и микроуровне, механизма формирования, распределения, использования и развития трудового потенциала общества, предприятия, работника.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать знания о современной концепции развития человеческого потенциала общества, о роли человеческих ресурсов в экономических преобразованиях и социальных изменениях; • исследовать сущность системного подхода к управлению

	<p>человеческими ресурсами на макро-мезо-и микроуровне;</p> <ul style="list-style-type: none"> • развить умение выбрать инструментальные средства для изучения особенностей воспроизводства человеческих ресурсов и трудового потенциала страны, региона, предприятия на стадиях их формирования, распределения, использования и профессионального развития; • сформировать основы знаний о принципах и приоритетах формирования государственной социальной и кадровой политики, направлениях их реализации в системе УЧР на макро-и мезоуровне; • сформировать знания о видах и содержании кадрового управления, кадрового обеспечения экономики и рынка труда, кадровой работы в системе УЧР организации; • изучить механизм формирования и реализации стратегии управления человеческими ресурсами на макро-мезо-и микроуровне; • выработать практические навыки по проектированию кадровых изменений в структуре организации, по разработке стратегии управления человеческими ресурсами и кадровой политики организации.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Роль человека и человеческих ресурсов общества в экономических преобразованиях и социальных изменениях</p> <p>Системный подход к управлению человеческими ресурсами общества (социальная и кадровая составляющая)</p> <p>Государственная политика по воспроизводству человеческих ресурсов общества</p> <p>Методы управления человеческими ресурсами (теория и практика)</p> <p>Стратегическое управление человеческими ресурсами на макро- и мезоуровне</p> <p>Социальная и кадровая составляющая в системе управления человеческими ресурсами организации</p> <p>Модели управления человеческими ресурсами: становление, развитие, внедрение</p> <p>Механизм формирования и реализации стратегии управления человеческими ресурсами в организации</p> <p>Технологии обеспечения организации необходимыми человеческими ресурсами</p> <p>Эффективность управления человеческими ресурсами в организации и методы ее повышения</p>
Кафедра	Экономики труда

Название дисциплины	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать у обучающегося компетенции в принятии стратегических решений в управлении операционной деятельностью, знания основных методов и моделей стратегического менеджмента, умения и навыки в разработке и реализации стратегии предприятия на различных этапах его развития.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приобрести знания общей структуры и содержание

	<p>стратегического управления; матричные методы стратегического анализа, основные виды и способы разработки стратегии организации; виды функциональных стратегий, особенности разработки стратегических решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> • научиться внедрять принятые стратегии развития, осуществлять стратегический контроль и внесение стратегических изменений на основе принятых решений при управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; • овладеть методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Тематическая направленность дисциплины	<p>Миссия и цели предприятия Анализ внутренней среды Анализ внешней среды Типология стратегий предприятия Разработка стратегии Реализация стратегии Контроль и оценка стратегии</p>
Кафедра	Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами

Название дисциплины	ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование общекультурных и профессиональных компетенций в части изучения экономики и организации процесса материального и нематериального производства в основном звене народного хозяйства – организации (предприятии)</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – провести систематизацию, анализ и обобщение знаний об экономических явлениях, связанных с осуществлением хозяйственной деятельности предприятия; – изучить способы и формы реализации экономических интересов участников предприятия в системе государственного регулирования экономических интересов; – рассмотреть место и роль материально-вещественных факторов производства в удовлетворении интересов участников предприятия; – развитие навыков определять основные технико-экономические и организационные параметры деятельности предприятия, формирование основных воспроизводственных и экономических пропорций, учитывать принципы и использовать методы организации видов деятельности предприятия; – формирование умения управления затратами предприятия; – научить студентов определять производственно-финансовый результат деятельности и финансовой устойчивости предприятия и его финансовую устойчивость.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предприятие в современной экономике Структура предприятия и производственный цикл, функции управления Основы планирования деятельности предприятий и риски Основной капитал предприятия</p>

	<p>Оборотные средства предприятия Издержки предприятия и себестоимость продукции, результаты. Организация и анализ финансов предприятия Ценообразование и ценовая политика предприятия Инвестиционная деятельность предприятия Персонал, организация и оплата труда на предприятии Специализация и кооперирование производства Концентрация и монополизация производства Организационные формы слияния, поглощения и объединения предприятий Государственное регулирование деятельности предприятий, современное состояние и перспективы развития промышленных предприятий.</p>
Кафедра	Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами

Название дисциплины	КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цели дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – научить аналитически оценивать информационные потоки, читать бухгалтерскую (финансовую) отчетность коммерческой организации; – раскрыть методику и выработать навыки факторного анализа и объективной оценки производства, затрат, себестоимости, продаж, финансовых результатов и эффективности деятельности организации в целом; – выработать умение оценивать инвестиционные проекты, предпринимательские риски и определять внутренние резервы повышения эффективности всей финансово-хозяйственной деятельности организации; – раскрыть методы подготовки и мониторинга бизнес-плана и финансового прогнозирования. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование полноценной и достоверной аналитической информации, т.е. расчетов, обоснований и заключений по анализу и оценке производства, затрат, себестоимости, продаж, финансовых результатов, а также эффективности организации в целом и в разрезе отдельных видов и направлений ее предпринимательской деятельности, необходимой для эффективного управления организацией; – подготовки и аналитического обоснования вариантов управленческих решений; – оперативного управления и маневрирования финансовыми, трудовыми, материально-техническими ресурсами организации; – обоснования стратегии и тактики развития организации; – разработки, оценки и анализа инвестиционных проектов; – прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности организации и ее финансовых результатов.
Тематическая	Роль и содержание комплексного экономического анализа

направленность дисциплины	хозяйственной деятельности Анализ и управление объемом производства и продаж, оценка производственного потенциала Анализ и управление затратами и себестоимостью продукции Финансовые результаты коммерческой организации и методика их анализа Система показателей рентабельности коммерческой организации и методика их анализа
Кафедра	Бухгалтерского учета и анализа

Название дисциплины	ЛОГИСТИКА
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: заключается в формировании у обучающихся компетенций применения инструментария логистики в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций для повышения эффективности и конкурентоспособности их на рынке. Задачи: <ul style="list-style-type: none"> • сформировать понимание интегрирующей роли и задач логистики в деятельности субъектов рынка, ее взаимосвязи с различными сферами бизнеса; • овладеть понятийным аппаратом логистики как науки и пониманием особенностей применения базовых логистических концепций и технологий в деятельности предприятий; • изучить свойства, структуры, принципы построения и проблемы функционирования логистических систем различного уровня; • сформировать умения выбирать и владеть методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при решении логистических проблем; • приобрести навыки анализа логистических систем, оценки эффективности логистической деятельности, определения способов снижения логистических издержек и повышения качества обслуживания потребителей.
Тематическая направленность дисциплины	Логистика в рыночной экономике Логистический подход к организации бизнеса Логистические процессы Логистические системы Основные логистические технологии Методы решения логистических задач Логистический менеджмент компании Эффективность логистической деятельности
Кафедра	Логистики и управления цепями поставок

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ
Цели и задачи дисциплины	Цель: формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в области управления качеством и конкурентоспособностью. Задачи:

	изучить сущность, базовые понятия в области управления качеством и конкурентоспособностью, методические подходы к оценке качества и конкурентоспособности, средства и методы управления качеством и конкурентоспособностью, сформировать навыки организации управления качеством и конкурентоспособностью на макро и микроуровнях.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Качество и конкурентоспособность: основные понятия</p> <p>Квалиметрия в управлении качеством</p> <p>Оценка конкурентоспособности</p> <p>Системы управления качеством</p> <p>Методы и средства управления качеством</p> <p>Организация управления качеством и конкурентоспособностью на предприятии (в организации)</p> <p>Затраты на качество</p> <p>Государственное регулирование качества</p> <p>Техническое регулирование в обеспечении качества и конкурентоспособности</p> <p>Метрология в обеспечении качества и конкурентоспособности</p> <p>Нематериальные ресурсы в обеспечении качества и конкурентоспособности</p> <p>Штриховое кодирование и маркировка товаров</p>
Кафедра	Проектного менеджмента и управления качеством

Название дисциплины	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование способностей к эффективному использованию ресурсов физической культуры для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоение основ физической культуры, позволяющих успешно выполнять социальные и профессиональные функции; – овладение основами оздоровительных технологий, необходимых для повышения работоспособности, развития психофизических способностей и свойств личности; – повышение двигательных, интеллектуальных и функциональных возможностей организма.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Федеральные стандарты по дисциплине «ФК»</p> <p>Компетентностный вектор обучения</p> <p>Принципы управления физической подготовкой</p> <p>Выбор оздоровительных технологий</p> <p>Индивидуальные маршруты физической подготовки</p> <p>ГТО – как системообразующий фактор физической подготовки</p> <p>Занятия в специальных медицинских группах и с инвалидами</p> <p>Ресурсы физической рекреации</p> <p>Методы адаптивного управления физической подготовкой</p> <p>Общая, специальная и профессионально-прикладная подготовка студентов</p> <p>Техническая подготовка</p> <p>Развитие физических качеств</p> <p>Характеристика фитнес-программ</p>

	<p>Специфика занятий игровыми видами спорта</p> <p>Структура подготовки спортсмена</p> <p>Кондиционная тренировка</p> <p>Соревновательная практика</p> <p>Физическая подготовка на подготовительном и основном отделениях</p> <p>Физическая подготовка в специальных медицинских группах и инвалидов</p> <p>Комплексы ППФП с учётом специфики труда</p> <p>Методы повышения работоспособности</p>
Кафедра	Физической культуры

Название дисциплины	ВВЕДЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель освоения дисциплины: сформировать у студентов базовые знания, умения и навыки в области их будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи: заключаются в рассмотрении образовательных и профессиональных стандартов, изучении основных теоретических вопросов и практических примеров по основам управленческой деятельности в организации.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Уровни образования</p> <p>Образовательные стандарты</p> <p>Профессиональные стандарты и профессиональные сообщества</p> <p>Поиск и источники информации</p> <p>Информационные системы в управлении организацией</p> <p>Анализ информации и управленческие решения</p> <p>Документирование и документооборот в управленческой деятельности</p> <p>Понятие менеджмента</p> <p>История управленческой мысли</p> <p>Функции менеджмента</p> <p>Производственный менеджмент</p> <p>Финансовый менеджмент</p> <p>Кадровый менеджмент</p> <p>Инновационный менеджмент</p> <p>Проектный менеджмент</p> <p>Понятие стратегии</p> <p>Стратегическое планирование</p> <p>Реализация стратегии</p> <p>Стратегический контроль</p>
Кафедра	Менеджмента и инноваций

Название дисциплины	ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель: изучение студентами основополагающих представлений о менеджменте и формировании управленческого мышления как основы деятельности современного менеджера.</p> <p>Задачи:</p> <p>Формирование представлений о менеджменте как виде</p>

	<p>деятельности и научной дисциплине</p> <p>Изучение эволюции управленческой мысли на протяжении истории человечества, ознакомление с концепциями социального управления и менеджмента, персоналиями и практическими результатами применения различных управленческих концепций в различных социальных и политических условиях</p> <p>Изучение процесса менеджмента как совокупности выполняемых менеджером функций (процессный подход в менеджменте)</p> <p>Формирование знаний умений и навыков в области теории организации, изучение теоретических подходов и концепций к построению организаций и их интегрированию</p> <p>Изучение теоретических и практических вопросов организационного поведения, включая систематизацию поведенческих отношений в организации, организационную культуру, групповую динамику, управление конфликтами, стили руководства, проблемы власти и лидерства</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Управленческая мысль в процессе становление цивилизации</p> <p>Возникновение и развитие производственного менеджмента и теории менеджмента</p> <p>Менеджмент в России</p> <p>Систематизация функций менеджмента. Функции целеполагания и планирования</p> <p>Функция организовывания</p> <p>Функции контроля и регулирования</p> <p>Связующие функции: функция разработки и принятия решений, функция установления коммуникаций, функция мотивирования</p> <p>Концептуальные основы теории организации</p> <p>Организация как объект и субъект менеджмента</p> <p>Организация как элемент социальной среды</p> <p>Контрольная точка 3</p> <p>Поведенческие отношения в организации</p> <p>Организационная культура как инструмент выстраивания организационного поведения</p> <p>Групповое поведение в организации</p> <p>Власть и лидерство в организации</p>
Кафедра	Проектного менеджмента и управления качеством

Название дисциплины	ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель: сформировать у студентов целостное представление о сущности, содержании и закономерностях современного государственного и муниципального управления.</p> <p>Задачи:</p> <p>формирование у студентов основных понятий и законов, закономерностей функционирования органов публичной власти;</p> <p>развитие систематизированных сведений о различных дисциплинарных подходах к изучению систем управления и истории исследований проблем государственного и муниципального управления в рамках российских и зарубежных школ;</p> <p>освоение студентами знаний о функциях, задачах, структуре,</p>

	<p>методах и порядке работы всей совокупности органов управления на федеральном, региональном и местном уровнях управления в Российской Федерации;</p> <p>формирование системы представлений о функциях и методах работы органов государственного управления и местного самоуправления.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Содержание понятия «государственное управление».</p> <p>Организация и функционирование единой системы государственного управления</p> <p>Организационная среда государственной администрации</p> <p>Развитие системы знаний о государственном управлении</p> <p>Центральный уровень государственного управления</p> <p>Государственное управление в субъектах РФ</p> <p>Местное самоуправление в РФ</p> <p>Функционирование системы государственного управления в РФ</p> <p>Эффективность государственного управления</p> <p>Современные административные реформы</p>
Кафедра	Государственного и территориального управления

Название дисциплины	ТЕОРИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель: получение обучающимися знаний о методах, способах и приемах воспроизводства основных фондов, приобретение умений формирования и эффективного использования основных элементов производства в хозяйственно-экономической деятельности и выработка навыков использования экономических отраслевых нормативно-правовые документов при организации воспроизводственных процессов.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать знания о законодательных и нормативных правовых актах, регламентирующих сферу воспроизводства основных фондов; • формировать знания об основных методах и подходах воспроизводства основных фондов; • научиться оценивать экономические и социальные условия воспроизводства основных фондов; • научиться творчески применять теоретические знания в процессе выбора путей воспроизводства основных фондов; • овладеть навыками принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении процессами воспроизводства основных фондов.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятие основных фондов. Место основных фондов в деятельности организации. Соотнесение понятий основные фонды, основной капитал и основные средства.</p> <p>Классификация основных фондов. Общероссийский классификатор основных фондов ОК 013-2014 (СНС 2008)</p> <p>Оценка, износ и амортизация основных фондов</p> <p>Показатели состояния и эффективности использования основных фондов.</p> <p>Воспроизводство, как категория экономической теории. История учения о воспроизводственных процессах.</p>

	<p>Виды и формы воспроизводственных процессов. Простое и расширенное воспроизводство основных фондов.</p> <p>Влияние воспроизводства основных фондов на производственную мощность и производственную программу организаций.</p> <p>Отраслевые аспекты воспроизводства основных фондов.</p> <p>Региональные проблемы воспроизводства основных фондов.</p> <p>Воспроизводство основных фондов и циклы экономической активности. Планирование воспроизводственной структуры основных фондов.</p> <p>Государственная политика в области управления воспроизводством основных фондов.</p>
Кафедра	Государственного и территориального управления

Название дисциплины	ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель - освоение теоретических, методических основ и получение практических навыков профессионального управления финансами хозяйствующего субъекта.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать у студентов понятийный аппарат в области финансового менеджмента; • дать представление о существующих в финансовом менеджменте концепциях, подходах, принципах и методах исследования; • ознакомить с теоретическими и прикладными работами по вопросам развития финансового менеджмента и финансовой науки; • рассмотреть теории управления структурой капитала, подходы к формированию эффективной дивидендной политики, методы анализа и планирования денежных потоков, приемы управления активами и источниками средств; • научить студентов самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности в области управления финансами корпораций.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Организация финансового менеджмента компании</p> <p>Концепции финансового менеджмента</p> <p>Методологическая база принятия финансовых решений</p> <p>Сущность оборотного капитала. Управление запасами и дебиторской задолженностью</p> <p>Анализ и оценка денежных потоков</p> <p>Управление структурой капитала компании</p> <p>Доходность и риск финансовых активов</p> <p>Дивидендная политика акционерного общества</p>
Кафедра	Корпоративных финансов и оценки бизнеса

Название дисциплины	УСТОЙЧИВЫЙ МАРКЕТИНГ
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: формирование у студентов осознания необходимости внедрения принципов устойчивого развития и овладение навыками разработки маркетинговых программ,

	<p>направленных на развитие моделей устойчивого потребления</p> <p>Задачи:</p> <p>изучение концептуальных, теоретических и методических основ устойчивого маркетинга;</p> <p>проведение эмпирического исследования в области устойчивого потребления и обработка полученных результатов статистическими методами;</p> <p>разработка программы продвижения инновационных моделей устойчивого потребления</p> <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	<p>Концепция устойчивого развития: история возникновения</p> <p>Концепция устойчивого развития в России и в мире</p> <p>Устойчивое потребление</p> <p>Описательная статистика и кластерный анализ в исследовании моделей устойчивого потребления</p> <p>Понятие, принципы и концепции устойчивого маркетинга</p> <p>Стратегии устойчивого маркетинга</p> <p>Комплекс маркетинга по продвижению инновационных моделей устойчивого потребления</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: усвоение студентами теоретических основ и практических навыков и умений в области управления международными цепями поставок.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение основных положений теории управления международными цепями поставок; • идентификация участников международных цепей поставок; • рассмотрение концепций интегрированного взаимодействия контрагентов в цепях поставок; • выявление и изучение логистических процессов международных цепей поставок; • осуществление таможенного администрирования логистических процессов международных цепей поставок.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные положения теории управления международными цепями поставок</p> <p>Участники международных цепей поставок</p> <p>Логистические процессы международных цепей поставок</p> <p>Таможенное администрирование логистических процессов международных цепей поставок</p>
Кафедра	Логистики и управления цепями поставок

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ
---------------------	-----------------------------

Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студента целостного понимания организации и управления процессом реализации инвестиционного проекта в соответствии с приоритетами развития различных отраслей экономики.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать у студентов понимание способов и форм реализации экономических интересов участников проекта в процессе его разработки и реализации в системе государственного регулирования и внешних экономических интересов; • ознакомить с местом и ролью команды проекта в процессе его разработки и реализации; • научить определять основные фазы и этапы разработки и реализации инвестиционного проекта, технико-экономические и организационные параметры деятельности предприятия, реализующего проект, учитывать параметры инвестиционной привлекательности региона и предприятия, осуществляющего проект; • научить определять реализуемость и экономическую эффективность проекта; • дать понимание процесса организации и планирования деятельности проектной команды по разработке и реализации проекта.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Цели и задачи управления проектами на современном этапе Проектный цикл, структуризация проекта и его внешнее окружение Методология подготовки, согласования и реализации инвестиционного проекта Планирование проекта Управление проектированием Юридические аспекты подготовки и разработки инвестиционного проекта Управление реализацией проекта Человеческий фактор в управлении проектами Инвестиционная привлекательность проекта Специальные вопросы управления проектами</p>
Кафедра	Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами

Название дисциплины	ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать у студентов восприимчивость к нововведениям, а также теоретические знания в области подготовки и осуществления инновационных изменений и системные знания о методах проведения анализа рыночных и логистических рисков для принятия управленческих решений в области логистики и управления цепями поставок, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании инновационных проектов.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать знания в области теории инноваций; • изучить теоретические подходы и концепции к построению инновационных структур и их интегрированию;

	<ul style="list-style-type: none"> • изучить механизмы управления инновационными процессами и инновационной деятельностью; • иметь представление о методах анализа рыночных и логистических рисков для принятия управленческих решений в области логистики и управления цепями поставок, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
Тематическая направленность дисциплины	<p>История, теория и методологические основы инновационного менеджмента</p> <p>Государственное регулирование инновационной деятельности</p> <p>Формирование условий инновационной деятельности</p> <p>Разработка инновационных проектов</p> <p>Вероятностный характер нововведений и виды рисков</p> <p>Стратегические аспекты руководства инновациями</p> <p>Организационные структуры инновационного менеджмента.</p> <p>Венчурное предпринимательство.</p> <p>Сущность мотивационного механизма инновационной деятельности.</p> <p>Оценка эффективности инноваций и бизнес-процессов</p>
Кафедра	Менеджмента и инноваций

Название дисциплины	МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель изучения дисциплины - овладение основными представлениями и навыками работы менеджера международной фирмы, базирующейся или оперирующей в России.</p> <p>Задачи:</p> <p>формирование представлений о структуре международного бизнеса и его внешней среде,</p> <p>формирование представлений о предпосылках интернационализации бизнеса,</p> <p>формирование представлений об особенностях управления международными компаниями.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет международного менеджмента</p> <p>Внешняя среда международного бизнеса</p> <p>Интернационализация бизнеса</p> <p>Конкурентное преимущество</p> <p>Оценка и выбор стран</p> <p>Формы международного бизнеса</p>
Кафедра	Международного бизнеса

Название дисциплины	ЭКОНОМИКА МАРКЕТИНГА
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины состоит в обеспечении студента теоретическими знаниями и практическими навыками экономического обоснования маркетинговых решений, бюджетирования и экономической оценки эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Экономика маркетинга»:</p> <p>– сформировать у студентов целостное представление об экономической проблематике маркетинговой деятельности, оценке эффективности использования маркетинговых инструментов и</p>

	<p>управлении бюджетом маркетинга;</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечить освоение студентами методов оценки эффективности использования маркетинговых инструментов и проектов; – сформировать у студентов навыки применения инструментария оценки экономической эффективности в условиях риска и неопределенности; – выработать у студентов навыки планирования и контроля бюджета маркетинговой деятельности; <p>обеспечить изучение студентами современных тенденций и актуальных проблем управления эффективностью маркетинга. 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	<p>Базовые понятия теории экономической эффективности и эффективность маркетинговой деятельности</p> <p>Экономическое обоснование маркетинговых решений и формирование бюджета маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Контроль маркетинговой деятельности и система маркетинговых метрик</p> <p>Оценка эффективности маркетинговых инструментов и проектов: выбор и обоснование подхода</p> <p>Методы оценки эффективности взаимодействия бизнес-партнеров по цепочке создания потребительской ценности</p> <p>Маркетинговые нематериальные активы: управление и оценка</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов глубоких теоретических представлений о влиянии факторов на поведение потребителей, мотивах и моделях принятия решений о покупке; практических навыков по применению теории поведения потребителей для решения практических маркетинговых задач, в первую очередь, при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний, сегментировании рынка, позиционировании предприятия и её брендов.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Поведение потребителей»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотреть теоретические методические и концептуальные основы теории поведения потребителей; - научить основам формирования стратегий маркетинга на основе исследования поведения потребителей - ознакомить с практическими методиками оценки поведения потребителей. <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	<p>Основные макротренды поведения современного потребителя</p> <p>Психологические детерминанты потребителей</p> <p>Типы потребителей. Классификация моделей поведения потребителей</p> <p>Классификация факторов, влияющих на поведение потребителей.</p> <p>Факторы внешнего влияния</p> <p>Основы организационного поведения потребителей. Семья как центр закупки. Фазы жизненного цикла семьи.</p> <p>Модели принятия решения о покупке</p> <p>Модели восприятия и переработки маркетинговой информации</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в планировании и реализации количественных маркетинговых исследований; знаний математико-статистической методов обработки и интерпретации данных исследований, умений анализировать полученную в ходе исследований информацию, а также применять результаты исследований для решения проблем и задач в области маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Количественные методы исследований в маркетинге»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование у студентов знаний процесса и результата количественных исследований в сфере маркетинга; - обучение студентов логике построения концептуальных моделей исследования исходя из конкретной проблематики; - овладение методами статистического анализа данных; - овладение методами представления результатов исследования исходя из его целей и задач.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Этапы методологии количественного маркетингового исследования.</p> <p>Разработка концептуальной модели и дизайна исследования.</p> <p>Подготовка данных к анализу, описательная статистика, метод таблиц сопряженности.</p> <p>Корреляционно-регрессионный анализ.</p> <p>Дисперсионный анализ. Дискриминантный анализ.</p> <p>Основы факторного анализа. Основы кластерного анализа.</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать у студентов системное представление о совокупности управленческих задач, связанных с практической реализацией маркетинговой концепции в деятельности предприятия, а также привить им умения и навыки их решения.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать представление у студентов о теории и

	<p>методологии управления маркетингом, его функциях и содержании процессов в современной компании;</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать у студентов систему знаний о специфике планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности компании; • развить у студентов навыки самостоятельного принятия управленческих маркетинговых решений.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Теоретические основы управления маркетинговой деятельностью Управление маркетингом в процессе эволюции рыночной среды. Маркетинг в изменяющихся структурах Роль отдела маркетинга на предприятии. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Интеграция маркетинга в систему управления предприятием Формирование и функционирование маркетингового подразделения Внеструктурные способы организации маркетинга предприятия Основа внутреннего маркетинга. Построение клиентоориентированной компании Методы и принципы планирования маркетинга Маркетинговый контроль на предприятии</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И БЕНЧМАРКИНГ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование профессиональной компетенции специалистов-менеджеров в области маркетингового обеспечения бизнеса для понимания концептуальных и методических основ проведения маркетинговых исследований, осуществляемых в целях снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений, а также развитие практических навыков организации проведения маркетинговых исследований и бенчмаркинга.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечить понимание обучающимися роли маркетинговых исследований и бенчмаркинга в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития; - научить методам сбора маркетинговой информации; - сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения внешней среды предприятия; - научить приемам изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия. - изучение теоретических и методических основ бенчмаркинг для применения полученных знаний в практической деятельности. <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	Подготовка к сквозному маркетинговому исследованию.

направленность дисциплины	Формирование концепции маркетингового исследования. Выбор и обоснование методов сбора информации. Частные виды маркетинговых исследований для решения отдельных управленческих проблем. Методы планирования маркетинговых исследований. Конкуренция и конкурентоспособность. Бенчмаркинг
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: формирование знаний, умений и навыков в области организации, управления и проектирования процессов маркетинговых коммуникаций. Задачи дисциплины: - формирование систематизированных знаний о предмете, структуре и основных положениях теории маркетинговых коммуникаций; - овладение теоретическими, практическими знаниями и навыками по обеспечению взаимодействия субъектов маркетинговой системы благодаря рационализации коммуникативной политики
Тематическая направленность дисциплины	Эволюция и основные типы коммуникаций Сущность, задачи и функции маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникаций Внутренние маркетинговые коммуникации организации Мотивация коммуникативных процессов Интегрированные маркетинговые коммуникации Маркетинговые коммуникации как элемент комплексной программы маркетинга. Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций Социально-психологические и управленческие аспекты рекламной деятельности Связи с общественностью (PR) Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций Стимулирование сбыта и продаж Мультимедиа-технологии и концепция маркетинговых коммуникаций в среде Интернет Эффективность маркетинговых коммуникаций
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ УСЛУГ
Цели и задачи дисциплины	Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинговой деятельности в условиях ужесточающейся конкурентной борьбы на рынке услуг; рыночного менталитета, который может быть положен в основу принятия эффективных предпринимательских решений. Задачи учебной дисциплины «Маркетинг услуг»: – рассмотрение теоретических, методических и

	<p>концептуальных основ современного маркетинга услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> – научить студентов основам формирования стратегий маркетинга; – сформировать маркетинговый подход к формированию функциональных элементов комплекса маркетинга услуг; – ознакомить студентов с основными особенностями маркетинга 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	<p>Сфера услуг в современной экономике Понятие, классификация и особенности услуг Маркетинговый анализ в сфере услуг Товарная политика в сфере услуг Качество услуг в системе маркетинга Ценовая политика в сфере услуг Сбытовая политика в сфере услуг Коммуникативная политика в сфере услуг Управление процессами и материальной средой в сфере услуг Управление персоналом в сфере услуг</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ПРОГРАММНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель (цели) освоения дисциплины дать студентам знания базового уровня в области информационных технологий обработки данных, теоретических основ баз данных, проектирования, создания и использования баз данных в маркетинговой деятельности</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приобретение теоретических знаний в области современных информационных технологий обработки данных, организации баз данных; • выработка практических навыков самостоятельного использования систем управления базами данных и структурированного языка запросов SQL, как средства манипулирования ими; • формирование умения использовать современные информационные технологии обработки данных (в области баз данных) в процессе решения профессиональных задач.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Информационная система и ее структура Структура информационного обеспечения Унифицированная система документации и электронный документооборот Основные понятия теории баз данных. Реляционная модель данных Проектирование реляционных баз данных Основные функции и типовая организация современных систем управления базами данных Компоненты СУБД SQL Server и архитектура базы данных SQL Server</p>

	Основы языка Transact-SQL Использование Microsoft Visual Basic и Microsoft Access в качестве инструментального средства разработки клиентского приложения
Кафедра	Вычислительных систем и программирования

Название дисциплины	ОПЕРАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов практических навыков по моделированию операционной деятельности маркетингового подразделения организации, ее оптимизации и автоматизации.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Операционное обеспечение маркетинговой деятельности»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать у студентов понимание сущности бизнес-процессов, как основных структурных элементов операционной маркетинговой деятельности; - дать практические навыки по реинжинирингу и моделированию бизнес-процессов маркетингового подразделения организации; - обучить студентов применять на практике основные методы анализа и оптимизации бизнес-процессов маркетингового подразделения организации; - раскрыть основные возможности CRM-систем, как инструментов автоматизации бизнес-процессов маркетингового подразделения организации. <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	<p>Подходы к организации маркетинговой деятельности</p> <p>Бизнес-процесс как операционная единица маркетинговой деятельности</p> <p>Реинжиниринг и моделирование бизнес-процессов отдела маркетинга</p> <p>Оптимизация бизнес-процессов отдела маркетинга</p> <p>Автоматизация бизнес-процессов отдела маркетинга</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: сформировать у студентов системное представление о совокупности управленческих задач, связанных с маркетинговыми аспектами построения инновационно-ориентированной бизнес-модели предприятия с учетом коммерческих рисков, о потребительском поведении по отношению к новым товарам, а также привить им умения и навыки управления маркетинговой деятельностью в области разработки, тестирования и вывода на рынок новой продукции.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> сформировать представление о содержании инновационных

	<p>процессов в современной экономике и соответствующих задачах маркетинга;</p> <p><input type="checkbox"/> сформировать систему знаний о специфике организации и осуществления маркетинговой деятельности, связанной с разработкой и выводением на рынок новых продуктов, рисках при осуществлении инновационной деятельности;</p> <p><input type="checkbox"/> развить у студентов умения и навыки выявления существующих и потенциальных запросов потребителей, оценки рисков при внедрении инноваций, поиска способов создания потребительской ценности с учетом существующих компетенций предприятия, привлечения потребителей и партнеров к совместному созданию ценности</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Значение инноваций в современной экономике. Понятия маркетинга инноваций</p> <p>Модели поведения потребителей по отношению к новым товарам</p> <p>Инновационные бизнес-модели предприятия</p> <p>Маркетинговые исследования в сфере разработки инновационной продукции</p> <p>Маркетинг инновационных продуктов</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов теоретической базы в области создания, развития и оценки деятельности компании по формированию партнерских отношений с потребителями.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Управление лояльностью потребителей»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотрение теоретических, методических и концептуальных основ ориентации на потребителя в маркетинговых моделях; - научить студентов инструментам оценки удовлетворенности и лояльности потребителей; - ознакомить студентов с формированием программ лояльности потребителей в разных 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	<p>Роль потребителя в современной социально-экономической системе</p> <p>Современные концепции управления организацией, ориентированные на потребителя</p> <p>Понятие лояльности потребителей</p> <p>Модели удовлетворенности потребителей</p> <p>Управление претензиями потребителей</p> <p>Стратегическое управление лояльностью</p> <p>Инструменты лояльности потребителей</p> <p>Мониторинг лояльности потребителей</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ И АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель освоения дисциплины заключается в формировании:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> теоретических представлений о принципах продакт-менеджмента и основ проектирования ассортиментной политики; <input type="checkbox"/> практических навыков по применению теоретических знаний для решения практических задач в области продакт-менеджмента и ассортиментной политики. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> получение теоретических и практических знаний о продакт-менеджменте и основах ассортиментной политики, которые являются неотъемлемой частью товарной политики организации; <input type="checkbox"/> приобретение знаний, навыков и умений в использовании полученных знаний в дальнейшей практической работе; <input type="checkbox"/> знакомство с практическими методиками оценки эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Продакт-менеджмент в системе маркетинга организации Система продакт-менеджмента организации Анализ привлекательности товарной категории Прогнозирование потенциала рынка и объема продаж товаров Ассортиментная политика организации Основы проектирования ассортиментной политики Управление ассортиментом организации Оценка эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях компании в Интернет-среде; изучение основных терминов, понятий, бизнес-моделей электронной коммерции, влияние современных Интернет-технологий на поведение потребителя и различные аспекты видения бизнеса в сети Интернет.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Электронная коммерция»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть теоретические, методические и концептуальные основы электронной коммерции; • изучить современные технологии и новые способы взаимодействия с потребителями в рамках электронной коммерции; • ознакомить студентов с основными особенностями различных элементов ведения экономической деятельности в сети Интернет. <p>В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в области</p>

	функционального менеджмента электронной коммерции посредством решения задач и применения кейс-технологий.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Электронная коммерция, история, основные понятия и виды электронной торговли</p> <p>Особенности электронной торговли</p> <p>Бизнес модели в электронной коммерции</p> <p>Виды Интернет-площадок электронной коммерции</p> <p>Особенности электронных денег</p> <p>Особенности поведения потребителей на Интернет-площадках</p> <p>Микротранзакции как особый вид платежей в электронной коммерции, их формы и особенности</p> <p>Особенности общественного финансирования, как формы электронной коммерции</p> <p>Оценка эффективности систем электронной коммерции и вложений в эти системы</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является обучение студентов необходимым знаниям и базовым умениям по управлению брендами в системе маркетинг-менеджмента.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Управление брендами»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обеспечить понимание студентами роли управления брендами в системе менеджмента компании; • обеспечить понимание студентами роли стратегического брендинга как составной части стратегического маркетинга компании; • раскрыть студентам основные теоретические и практические положения управления брендами в системе маркетинг-менеджмента; • дать студентам возможность применения полученных знаний и умений в области управления брендами для решения конкретных проблем, возникающих в их маркетинговой деятельности. <p>В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в брендинговой деятельности посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Роль и значения брендинга в системе управления маркетингом.</p> <p>Стратегический бренд-менеджмент.</p> <p>Реализация комплекса бренд-маркетинга на предприятии.</p> <p>Разработка идентичности бренда.</p> <p>Разработка основных идентификаторов бренда.</p> <p>Правовые аспекты брендинга.</p> <p>Управление коммуникациями бренда.</p> <p>Управление взаимодействием с потребителями.</p> <p>Управление развитием брендов.</p> <p>Финансовые аспекты брендинга.</p> <p>Управление капиталом бренда.</p>

	Оценка стоимости бренда. Управление эффективностью брендинга.
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	БРЕНДИНГ И ОЦЕНКА КАПИТАЛА БРЕНДА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: создать профессиональную компетенцию студентов в области маркетинговой деятельности предприятия, связанной с созданием, изменением, оценкой брендов, и формировании у студентов навыков подготовки мероприятий, направленных на формирование устойчивого образа бренда и оценки капитала бренда.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомление студентов со структурой деятельности по созданию и развитию брендов, • ознакомление студентов с законодательными и этическими аспектами маркетинговой деятельности по созданию брендов, • формирование навыков разработки стратегических решений брендинга; • формирование навыков разработки тактических решений брендинга; • формирование навыков разработки интегрированных кампаний маркетинговых коммуникаций и отдельных акций, • изучение направлений оценочных исследований эффективности маркетинговых мероприятий в рамках марочной политики; • формирование навыков оценки капитала бренда; • формирование навыков оценки стоимости бренда. <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	<p>Основные понятия брендинга. Правовые аспекты брендинга Структура и атрибуты бренда Теоретические основы управления брендами Основные подходы к разработке бренда Развитие бренда и бренд-коммуникации. Портфель брендов Особенности управления брендами на различных рынках Потребительская лояльность и бренд менеджмент. Понятие капитала бренда. Оценка капитала бренда. Нематериальные подходы к оценке капитала бренда Оценка стоимости бренда Бренд-контроллинг Оценка эффективности бренд-менеджмента</p>
Кафедра	Маркетинга

Название	МАРКЕТИНГ-АНАЛИТИКА
----------	----------------------------

дисциплины	
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование теоретической базы и практических навыков анализа количественной и качественной информации, характеризующей рыночные процессы и деятельность субъектов рынка, с целью выработки и обоснования управленческих решений в области маркетинга.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> показать значимость маркетингового анализа для принятия управленческих решений; систематизировать базовые знания о рыночных процессах и субъектах, о структуре информации, описывающей рыночные процессы и деятельность компании, ее потребителей, конкурентов, партнеров; сформировать знания о методах и моделях маркетингового анализа внешней среды и рыночной деятельности фирмы; наработать практические навыки выбора инструментария маркетингового анализа, адекватного специфике решаемой управленческой и аналитической задачи, а также имеющейся маркетинговой информации; научиться готовить аналитические отчеты и маркетинговые обоснования.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Методы анализа конкуренции</p> <p>Методы оценки емкости и доли рынка</p> <p>Анализ макросреды предприятия</p> <p>Аналитические инструменты сегментации рынка. Методы анализа портфеля покупателей</p> <p>Методы анализа результативности маркетинговых политик</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ ДАННЫХ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является обучение студентов необходимым знаниям и базовым умениям использования big data, извлечения знаний из сырых данных (data mining) и интеллектуального анализа маркетинговых данных.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Интеллектуальный анализ маркетинговых данных»:</p> <ul style="list-style-type: none"> обеспечить понимание студентами роли интеллектуального анализа данных для поддержки принятия управленческих решений в области маркетинга; обеспечить понимание студентами сущности и специфики основных понятий «данные», «информация», «знание», «понимание», «организационное знание», «интеллектуальный анализ данных», «маркетинговая аналитика», «маркетинговая разведка», «big data», «датификация», «data mining», «web mining», «СУБД», «SQL», «OLAP» и др.; сформировать у студентов необходимые знания и базовые умения в области извлечения знаний из сырых данных и интеллектуального анализа информации с целью принятия эффективных маркетинговых решений; развить навыки проведения процедур извлечения знаний из

	<p>неструктурированных данных и интеллектуального анализа полученной информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • развить навыки планирования и реализации маркетинговых решений, базирующихся на извлечении знаний из сырых данных и интеллектуальном анализе маркетинговой информации; • дать студентам возможность применения полученных знаний и умений в области интеллектуального анализа маркетинговых данных для решения конкретных проблем, возникающих в ходе маркетинговой деятельности предприятия. <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	<p>Значение данных, информации и знаний для обеспечения эффективной маркетинговой деятельности.</p> <p>Использование методов и технологий big data в маркетинге.</p> <p>Цифровизация мировой экономики и дигитализация нецифровой информации, необходимой для обеспечения маркетинговой деятельности</p> <p>Data mining: способы и методы извлечения маркетинговых знаний из сырых данных.</p> <p>Методы и технологии интеллектуального анализа маркетинговой информации.</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ-КОНТРОЛЛИНГ И АУДИТ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов экономического мышления, основанного на использовании теории и практики контроллинга и аудита в сфере маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Маркетинг-контроллинг и аудит»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование у студентов навыков использования контроллинга и аудита в маркетинговой деятельности; - изучение инструментария маркетинг-контроллинга и его применения в деятельности маркетинговых структур; - освоение методов маркетинг-аудита; - приобретение обучающимися навыков, необходимых для организации контроллинга маркетинговой деятельности и осуществления маркетинг-аудита. <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	<p>Контроллинг и аудит в системе маркетинга</p> <p>Функции, задачи и виды контроллинга</p> <p>Контроллинг сбыта</p> <p>Контроллинг товарной политики</p> <p>Информационное обеспечение и организация маркетинг-</p>

	контроллинга Стратегический маркетинг-аудит Оценка эффективности маркетинг-контроллинга и маркетинг-аудита
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов маркетингового мышления и приобретению компетенций, позволяющих применять современные концепции, модели и методы оценки результативности маркетинга.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Оценка результативности маркетинга»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотреть теоретические, методические и концептуальные основы оценки результативности маркетинга; - изучить существующие подходы к измерению результативности маркетинга; - развить навыки анализа маркетинговой информации; - сформировать у студентов навыки по применению различных методов оценки результативности маркетинга; - развить навыки анализа клиентской базы данных; - научить студентов разрабатывать и обосновывать системы показателей результативности маркетинга. <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	Понятие результативности маркетинга Подходы к оценке результативности маркетинга Функции и виды показателей Ключевые показатели маркетинговой деятельности: показатели рыночной эффективности Ключевые показатели маркетинговой деятельности: показатели конкурентной эффективности Показатели деятельности клиента: анализ клиентской базы данных
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у студентов знаний, навыков, умений, связанных с реализацией возможностей сети Интернет в сфере маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладение теорией интернет-маркетинга, формирование знаний о терминологии, понятиях и сути основных проблем; - формирование у студентов представления о сетевой экономике, ее предметной области и методах осуществления, а также

	<p>особенностях маркетинговой деятельности в среде Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выработка у студентов представления о технологиях функционирования электронного сегмента современного рынка и специфики маркетинговых мероприятий в этом сегменте, об основных инструментах интернет-маркетинга; - развитие у студентов навыков поиска и анализа маркетинговой информации в Интернете, а также навыков работы с маркетинговыми базами данных в Интернете; - формирование самостоятельного мышления студентов при выборе методов продвижения компании в Интернете.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Маркетинговые исследования в интернете. Основы веб-аналитики. Внутренние и внешние факторы продвижения интернет-сайтов. Основы создания контекстной рекламы. Маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing). Аудит эффективности мероприятий интернет-маркетинга</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в планировании, реализации и мониторинге маркетинговой деятельности с использованием современных каналов коммуникации - социальных сетей и других социальных медиа.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Маркетинг в социальных сетях»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - исследование феномена социальных сетей, особенностей восприятия информации и процесса коммуникации в социальных сетях и других интернет-каналах; - изучение особенностей построения, функционирования и маркетингового потенциала ключевых социальных медиа; - овладение навыками реализации маркетинговых функций, включая управление маркетинговой деятельностью, в социальных сетях и других социальных медиа. <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	<p>Понятие и основные характеристики СМ Классификация СМ Общая характеристика СММ Маркетинговые исследования в СМ Инструменты привлечения и удержания клиентов Управление репутацией в СМ Генерирование инноваций в СМ Оценка эффективности МСМ</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ
---------------------	--

Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: создать профессиональную компетенцию студентов в области ценообразования и управления ценовой политикой компании, обучить методологическим основам формирования цен, анализа ценовой информации и сформировать у обучающихся навыки принятия решений в области ценовой политики и стратегии компании.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение студентами целостного представления о взаимосвязи теории и практики ценообразования; - приобретение студентами практических навыков в изучении конъюнктуры рынка и анализе ценообразующих факторов; - изучение основных методов ценообразования; - изучение особенностей построения, функционирования и реализации ценовой политики компании; - овладение навыками обоснования уровня цен и выбора маркетинговой стратегии цен. <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	<p>Цена и ценообразующие факторы Значение ценовой политики в системе маркетинга и деятельности предприятия. Факторы, влияющие на цену и формирование ценовой политики предприятия. Виды цен. Состав и структура цены. Уровни управления ценами предприятия и эффекты цены. Затратные методы ценообразования Рыночные методы ценообразования Параметрические методы ценообразования Ценовая политика и стратегия предприятия Понятие ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики. Формирование ценовой стратегии. Виды ценовых стратегий предприятия. Оперативные ценовые управленческие решения Оперативное изменение цены. Скидки с цены. Оценка эффективности ценовых управленческих решений</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование системы знаний, умений и навыков в области личных продаж компании в рамках маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Личные продажи»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение студентами представления о взаимосвязи теории и практики личных продаж в маркетинге; – формирование знаний, умений и навыки в области современных подходов, приемов и методов управления продажами; – формирование знаний, умений и навыков в области

	общения с покупателями. В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.
Тематическая направленность дисциплины	Основы теории организации личных продаж в системе маркетинга Взаимодействия с покупателями в процессе личных продаж Виды и типы взаимодействия с покупателями в процессе личных продаж Моделирование мотивации процесса личных продаж Управление продажами. Оценка эффективности управленческих решений в сфере личных продаж
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ КАНАЛАМИ
Цели и задачи дисциплины	Цель освоения дисциплины заключается в формировании: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> глубоких теоретических представлений о структуре маркетинговых каналов, принципах управления и основах проектирования каналов; <input type="checkbox"/> практических навыков по применению теоретических знаний для решения практических задач в сфере товародвижения с позиций маркетинга, в первую очередь, при определении функций производителя и посредников в создании потребительской ценности. Задачи: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> получение теоретических и практических знаний о маркетинговых каналах и о роли, которую они играют в удовлетворении потребностей потребителей; <input type="checkbox"/> приобретение знаний, навыков и умений в использовании полученных знаний в дальнейшей практической работе; <input type="checkbox"/> знакомство с практическими методиками оценки эффективности управления маркетинговыми каналами.
Тематическая направленность дисциплины	Классификация каналов товародвижения Функции управления и структура маркетинговых каналов Характеристика посредников в маркетинговых каналах Маркетинговые решения оптовых и розничных посредников Основы проектирования маркетинговых каналов Оперативное управление маркетинговыми каналами Классификация информационных систем для управления взаимодействием участников маркетинговых каналов Оценка эффективности работы маркетинговых каналов
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: создание профессиональной компетенции и системных представлений студентов, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных концепций,

	<p>стратегий, методов, средств и инструментов международного маркетинга для формирования и воспроизводства спроса на товары и услуги на международных и глобальных рынках.</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 направлениях маркетинговой деятельности на международных и глобальных рынках; - развить навыки проведения анализа внешней среды международных рынков и конкурентных преимуществ предприятия; - овладение навыками планирования и реализации маркетинговых политик для разных международных рынков и потребителей. <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> <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	<p>Понятие, значение, специфика международного маркетинга.</p> <p>Предмет, структура и задачи. Содержание и специфика, взаимосвязь с процессами глобализации и интернационализации предпринимательства</p> <p>Маркетинговые исследования международных рынков</p> <p>Структура и характеристика окружающей среды международного маркетинга. Факторы окружающей среды и их роль в международном маркетинге.</p> <p>Маркетинговая стратегия работы на международном рынке.</p> <p>Способы присутствия на международных рынках</p> <p>Специфика разработки международного маркетинг-микса</p> <p>Международный интернет-маркетинг</p> <p>Стратегическое планирование и оценка эффективности работы на международных рынках.</p> <p>Стратегическое планирование международного маркетинга</p> <p>Организация международного предпринимательства</p> <p>Оценка эффективности решений в системе международного маркетинга. Риски международной маркетинговой деятельности.</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цели и задачи дисциплины	Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний и навыков, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных стратегий, методов, средств и инструментов маркетинга для

	<p>формирования и воспроизводства спроса на товары и услуги в отраслях народного хозяйства и сферах деятельности с учетом специфики продукта и особенностей отраслевых рынков.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> рассмотреть теоретические, методические и концептуальные основы маркетинга в отраслях и сферах деятельности; <input type="checkbox"/> сформировать представление об особенностях маркетинга в разных сферах деятельности; <input type="checkbox"/> дать понятие о специфике различных направлений маркетинговой деятельности на отраслевых рынках; <input type="checkbox"/> сформировать словарь профессиональной лексики маркетолога, характерной для разных сфер деятельности; <input type="checkbox"/> развить навыки проведения анализа маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятий на разных отраслевых рынках; <input type="checkbox"/> развить навыки планирования и реализации маркетинговых политик для разных отраслевых продуктов. <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	<p>Классификация отраслевых рынков и сфер хозяйственной деятельности.</p> <p>Тенденции и особенности развития современных рынков</p> <p>Потребительский маркетинг. Понятие маркетинга B2C</p> <p>Промышленный маркетинг. Понятие маркетинга B2B</p> <p>Маркетинг товаров производственно-технического назначения</p> <p>Маркетинг в сфере обращения</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	B2B МАРКЕТИНГ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинговой деятельности на B2B рынках (деловых и промышленных) в условиях сервисно-доминирующей парадигмы маркетинга взаимоотношений, обеспечивающей навыки и умения в области разработки, планирования и обоснования маркетинговых решений.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «B2B Маркетинг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с разработкой, планированием и обоснованием маркетинговых решений на B2B рынках; - сформировать представление о теории и методологии B2B и B2C маркетинга, специфических особенностях маркетинговых бизнес-процессов компаний на B2B рынках, методах и инструментах B2B маркетинга; - дать понятие и сформировать систему знаний о маркетинге взаимодействия и сетевом подходе к исследованию

	<p>взаимоотношений на B2B рынках, специфике планирования, организации и контроля бизнес-процессов с позиций маркетинга взаимоотношений на B2B рынках.</p> <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	<p>Цели и задачи дисциплины. Особенности деловых рынков и B2B маркетинга.</p> <p>Метод взаимодействия и сетевой подход на B2B рынках.</p> <p>Поведение деловых и промышленных покупателей</p> <p>Типы потребительской ценности на B2B рынках</p> <p>Управление взаимоотношениями с деловыми покупателями</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ)
Цели и задачи дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • включение студентов в реальную физкультурно-спортивную практику по творческому освоению ценностей физической культуры, её активного использования во всестороннем развитии личности; • овладение оздоровительными технологиями, необходимыми для повышения работоспособности, развития психофизических способностей и свойств личности; • повышение двигательных, интеллектуальных и функциональных возможностей организма; • формирование навыков самостоятельной организации досуга с использованием средств физической культуры и спорта.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Освоение оздоровительных систем К. Купера, Н. Амосова, Л. Лидьярда, Ф. Сулова, П. Иванова, Пилатеса</p> <p>Освоение базовых программ занятий гигиенической гимнастикой и закаливанием</p> <p>Профилактика вредных привычек и профзаболеваний</p> <p>Освоение базовых вариантов занятий оздоровительной ходьбой, статодинамическими и дыхательными упражнениями, элементами релаксации и стретчинга</p> <p>Овладение комплексами ЛФК (коррекционной гимнастики) для студентов с ограниченными возможностями (с учётом соматической патологии) и инвалидов с физическими недостатками</p> <p>Повышение резервных возможностей организма с помощью дыхательной гимнастики К. Бутейко и А. Стрельниковой.</p> <p>Приобретение навыков коррекции нагрузки с учетом нозологии заболевания</p> <p>Освоение комплексов общеразвивающих упражнений для развития силы мышц рук, ног, туловища</p> <p>Освоение комплексов прикладных упражнений, направленных на</p>

	<p>формирование правильной осанки, повышение вестибулярной устойчивости</p> <p>Организационно-методические основы круговой тренировки</p> <p>Выбор специализации из видов спорта, культивируемых на кафедре (аэробика, баскетбол, бодибилдинг, волейбол, настольный теннис, плавание, футбол)</p> <p>Специфика организации подготовки спортсменов к соревнованиям</p> <p>Система студенческих спортивных соревнований</p> <p>Совершенствование структуры физической подготовки (технической, физической, тактической, психологической и соревновательной)</p> <p>Кондиционная тренировка. Повышение функциональной подготовленности и уровня развития специальных физических качеств</p> <p>Участие в соревнованиях по избранной специализации</p> <p>Совершенствование техники танцевальных движений в сочетании с шагами, подскоками, прыжками под ритмичную музыку в темпе.</p> <p>Диверсификация двигательных умений и навыков в оздоровительной аэробике.</p> <p>Сопряженное развитие выносливости, гибкости и координационных способностей в аэробике</p> <p>Освоение методов коррекции массы тела, проблемных зон телосложения с помощью физкультурно-оздоровительных технологий</p> <p>Совершенствование техники силовых упражнений с отягощениями (штангой, гантелями, гириями, резиновыми амортизаторами), на тренажерах для разных групп мышц</p> <p>Развитие силы и гибкости разных групп мышц, увеличение мышечной массы тела в атлетической гимнастике</p> <p>Освоение методов самоконтроля физического развития и подготовленности</p> <p>Освоение и совершенствование биодинамических параметров бега трусцой, семенящего бега, бега по различному покрытию, бега в подъём и на спуске, прыжка в длину с места и с разбега</p> <p>Кроссовая подготовка. Формирование разностороннего двигательного потенциала. Устранение излишнего мышечного напряжения, повышение согласованности движений в беговом шаге</p> <p>Полисоревновательная подготовка в легкой атлетике (участие в спаррингах, контрольных забегах, прикидках и соревнованиях)</p> <p>Освоение и совершенствование техники плавания кролем и брассом. Освоение техники поворотов</p> <p>Повышение функциональных возможностей и гибкости при занятиях плаванием</p> <p>Освоение методов оптимизации физической нагрузки и регуляции энергообеспечения в плавании</p> <p>Совершенствование техники перемещения игрока; остановка прыжком и в два шага; повороты; ловля, ведение и передачи мяча; бросок мяча в корзину в баскетболе.</p> <p>Развитие специальной (игровой) выносливости и координационных способностей в баскетболе.</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности в</p>
--	--

	<p>баскетболе.</p> <p>Овладение техникой и тактикой игры в волейбол. Перемещения игрока; верхняя и нижняя передача; передача мяча за голову; передача мяча в прыжке; подача мяча; прием мяча снизу</p> <p>Общая и специальная (игровая) подготовка волейболиста. Освоение программы тренировочных нагрузок</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности волейболиста.</p> <p>Овладение техникой владения мячом и тактикой игры. Перемещения игрока и передача мяча в футболе</p> <p>Общая и специальная (игровая) подготовка в футболе. Освоение программы тренировочных нагрузок</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности футболиста.</p> <p>Организация самостоятельных занятий с профессиональной направленностью</p> <p>Освоение индивидуальных комплексов упражнений по коррекции осанки, фигуры</p>
Кафедра	Физической культуры

Название дисциплины	МЕТОДЫ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГЕ И ЛОГИСТИКЕ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов практических навыков по проведению самостоятельных научных исследований в рамках подготовки и написания выпускной квалификационной работы.</p> <p>Задачи учебной дисциплины «Методы научных исследований в маркетинге и логистике»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать навыки по выявлению и формулированию актуальных проблем и тенденций, критическому оцениванию результатов отечественных и зарубежных исследователей по избранной теме; – сформировать навыки по разработке программы научного исследования и организации ее выполнения; – сформировать навыки по осуществлению поиска, сбора и обработки, анализа и систематизации вторичной и первичной информации по теме исследования; – сформировать навыки по формулированию и проверке научных гипотез, выбору и обоснованию методов сбора и обработки данных; – сформировать умения по представлению результатов проведенного исследования в форме обзоров, отчетов, статей и других научных публикаций; – сформировать умения по подготовке и проведению презентации результатов научно-исследовательской деятельности. <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	Цели и задачи дисциплины. Структура и типы форматов

направленность дисциплины	исследований в рамках ВКР. Методы проведения теоретического исследования Методы проведения эмпирического исследования. Разработка проектной части ВКР Оформление результатов исследований и подготовка презентаций по результатам исследования
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (УГЛУБЛЕННЫЙ КУРС)
Цели и задачи дисциплины	<p>Основной целью изучения иностранного языка (углубленного курса) является дальнейшее развитие иностранной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной):</p> <ul style="list-style-type: none"> - речевая компетенция – 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; - языковая компетенция – 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, полученных в школе, а также увеличение объема знаний за счет информации профильно-ориентированного характера (в частности, терминологии); - социокультурная компетенция – 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; - компенсаторная компетенция – совершенствование умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств в процессе иностранного общения, в том числе и в профильно-ориентированных ситуациях общения; - учебно-познавательная компетенция – 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>Задачами дисциплины, исходя из цели этой дисциплины, являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие и совершенствование уровня сформированности лингвистической и коммуникативной компетенций: <ul style="list-style-type: none"> • формирование языковых навыков и умений устной и письменной речи, необходимых для профессионального общения в

	<p>рамках тематики, предусмотренной программой;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 высказывания; • 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 студента, 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 студента.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Контакты с партнерами. Корпоративные мероприятия (англ.) Контакты на предприятии (нем.) Контакты с партнерами. (фр.) Информационные каналы (англ.) Обмен информацией. Встречи (нем.) Информационные технологии (фр.) Этика бизнеса. Успехи и поражения (англ.) Работа в новой фирме (нем.) Этические проблемы (фр.) Коммуникация в офисе. Презентация компании (англ.) Особенности деловой презентации (нем.) Инструменты информационных систем (фр.) Работа с клиентами (англ.) Решение проблем по телефону (нем.) Решение проблем с клиентами (фр.) Деловые встречи. (англ.) Деловые контакты и формы поведения (нем.) Лидерство (фр.) Презентация идеи / продукта (англ.) Презентация продукта (нем.) Презентация продукта (фр.) Бренды (англ.) Бренды (нем.) Бренды (фр.) Переговоры. Межкультурные особенности (англ.) Особенности ведения деловых переговоров (нем.) Переговоры (фр.)</p>
Кафедра	Английского языка №1, Романо-германской филологии и перевода