

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 21 г.



АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/ <i>Специальность</i>	38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Направленность (профиль) программы/ <i>Специализация</i>	МЕЖДУНАРОДНОЕ БИЗНЕС- АДМИНИСТРИРОВАНИЕ
Уровень высшего образования	МАГИСТРАТУРА
Форма обучения	ОЧНАЯ
Год набора	2021

Санкт-Петербург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Аналитические методы принятия управленческих решений / Business Analytics for Decision Making	4
Бизнес экосистемы в цифровой экономике / Business ecosystems in digital economy	6
Бизнес-анализ на международных рынках / Business analysis in international markets	6
Деловой иностранный язык / Foreign business language	7
Дизайн-мышление и технологии принятия решений в международном бизнесе / Design thinking and managerial decision making in international business	8
Иностранный язык в профессиональной сфере / Foreign language in the professional field	9
Интеллектуальные информационные системы / Intellectual information systems	9
Клиентоориентированное бизнес-моделирование / Customer-centric business modeling	10
Коммуникации лидерства / Leadership communication	11
Креативное и социальное мышление в проектной деятельности / Creative and social thinking in project work	12
Маркетинг промышленных инноваций в интернет-среде / Marketing of industrial innovations in Internet	13
Международная стратегия бизнеса / International business strategy	13
Международный маркетинг / International marketing	14
Межкультурные коммуникации в иноязычной среде / Intercultural communication in foreign environment	17
Межкультурные коммуникации в русскоязычной среде / Intercultural communication in Russian-speaking environment	18
Методология научных исследований / Research methodology	20
Методы Data Science в бизнесе / Methods of Data Science for Business	21
Операционный менеджмент в глобальной среде / Operations management in global environment	21
Организация цепей поставок на глобальных рынках / Organisation of supply chains in global markets	22
Правовое обеспечение менеджмента / Managerial law	24
Проектное управление в условиях цифровизации экономики / Project management in digital economy	26
Производственная практика (научно-исследовательская работа) / Industrial practice (research work)	27
Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) / Industrial practice (practice according to the profile of professional activity)	28
Производственная практика (преддипломная практика) / Industrial practice (pre-diploma practice)	28
Сервис-дизайн / Services design	29
Создание стоимости на международных рынках / International value creation	29

Стратегический менеджмент / Strategic management	30
Управление доходностью / Revenue management	31
Управление эффективностью бизнеса / Performance management	33
Управленческая экономика / Managerial economics	35
Учебная практика (ознакомительная практика) / Studying practice	36
Финансовое проектирование / Financial engineering	36
Язык программирования Python / Programming language Python	37

Название дисциплины	Аналитические методы принятия управленческих решений / Business Analytics for Decision Making
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование теоретических знаний о математических, статистических и количественных методах разработки, принятия и реализации управленческих решений и практических навыков находить управленческие решения и уметь оценивать их эффективность.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Виды управленческих решений.	Сущность и природа управленческих решений. Типология и виды управленческих решений.
Тема 2 Алгоритм принятия управленческих решений.	Процесс принятия управленческих решений. Характеристика этапов.
Тема 3 Методы принятия управленческих решений.	Классификация методов. Первичные и вторичные детерминанты. Типы моделей (нормативная, дескриптивная, политическая).
Тема 4 Понятие и значение проблемы в процессе принятия управленческих решений.	Сущность проблем. Виды управленческих проблем. Понятие диагностики проблем.
Тема 5 Методы декомпозиции и проблем.	Характеристика методов декомпозиции проблем. Метод дерева решений, метод дерева целей и задач, метод Ишикавы.
Тема 6 Методы сравнительного анализа.	Характеристика методов сравнительного анализа. Методы сравнительного анализа. Факторный метод.
Тема 7 Методы прогнозирования.	Характеристика методов прогнозирования. Качественные и количественные методы прогнозирования.
Тема 8 Методы ситуационного анализа.	Характеристика метода ситуационного анализа. Этапы ситуационного анализа.
Тема 9 Метод Дельфи.	Описание метода, этапы и правила проведения.
Тема 10 Метод мозгового штурма.	Характеристика методов мозгового штурма, этапы, правила проведения.

Тема 11 Метод синектики.	Описание метода, этапы и факторы реализации.
Тема 12 Эвристическ ие методы.	Описание эвристических методов, сущность.
Тема 13 Методы с использован ием карточек.	Описание методов. Метод анкетирования Кроуфорда, метод 635, диаграмма родového сходства и другие.
Тема 14 Методы выбора альтернатив в условиях определеннос ти.	Концепция определенности. Описание метода. Критерии.
Тема 15 Методы выбора альтернатив в условиях риска.	Концепция риска. Описание метода. Матрица решения.
Тема 16 Методы выбора альтернатив в условиях неопределен ности.	Концепция неопределенности. Описание метода. Критерий Вальда, Гурвица, Севиджа, Лапласа.
Тема 17 Экспертные методы.	Описание метода. Условия и правила применения.
Тема 18 Методы планировани я и организации выполнения управленчес ких решений.	Методы реализации решений (планирования, организации и контроля). Матрица распределения, сетевое моделирование.
Тема 19 Эффективно сть управленчес ких решений.	Понятие эффективности управленческих решений.
Тема 20 Методы оценки экономическ ой	Традиционный метод. Метод на основе концепции ценностно ориентированного управления. Критерии эффективности.

эффективности решений.	
Тема 21 Ответственность в системе принятия управленческих решений.	Понятие ответственности при принятии управленческих решений. Виды ответственности и механизм контроля.

Название дисциплины	Бизнес экосистемы в цифровой экономике / Business ecosystems in digital economy
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Сформировать теоретические подходы к исследованию бизнес-экосистем современной глобальной цифровой экономики и развить практические навыки отбора и привлечения партнеров в развивающуюся экосистему.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Бизнес-экосистемы: понятие и предпосылки возникновения.	Современные направления технологического развития в цифровой экономике. Бизнес экосистема как коллаборационная сеть создания ценности. Предпосылки создания и основные характеристики бизнес экосистем. Значение и возможности применения бизнес экосистем. Эволюционная перспектива и институциональное значение бизнес экосистем.
Тема 2 Цифровая трансформация бизнес-моделей и тенденции развития экосистем.	Примеры успешных экосистем в России и мире. Влияние цифровизации экономики на построение бизнес экосистем. Тенденции развития бизнес экосистемы в условиях цифровой трансформации.
Тема 3 Стратегии создания и развития бизнес-экосистем.	Трансформация современных бизнес-моделей в экосистему. Необходимые условия и компетенции для создания экосистем. Карта эмпатии Грэя как инструмент анализа потребностей покупателей и необходимости развития новых компетенций в бизнес экосистеме. Разработка мероприятий по развитию бизнес экосистем на новых рынках. Перспективы развития экосистем.

Название дисциплины	Бизнес-анализ на международных рынках / Business analysis in international markets
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Овладение знаниями, навыками, умениями, связанными с бизнес-анализом внешней и внутренней среды в целях разработки стратегии компании в условиях глобализации и/или регионализации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Корпоративная стратегия	Бизнес-анализ и бизнес-стратегия компании. Стратегическое соответствие и крайнее несоответствие. Эволюция стратегического менеджмента. Уровни стратегии компании: корпоративная стратегия, бизнес-стратегии, функциональные стратегии. Принципы и последовательность проведения

и бизнес-стратегия.	стратегического и экономического анализа внешней среды организации, действующей на международных рынках. Идентификация возможностей, предоставляемых внешней и внутренней средой для формирования корпоративной стратегии.
Тема 2 Отраслевой анализ.	Взаимосвязь рынков: модель шести рынков. Субъектная структура отраслевого рынка. Концепция «структура – поведение – результат». Оценка интенсивности конкуренции на отраслевых рынках (модель анализа пяти конкурентных сил М. Портера). Достижение конкурентного преимущества за счет архитектуры рыночных структур. Гиперконкуренция, соконкуренция. Прогнозирование поведения конкурентов на рынке. Стратегические группы.
Тема 3 Методы и модели анализа внешней среды организации.	PESTLE анализ: современные примеры взаимосвязанности и динамичности глобальных факторов внешней среды. Стратегия глокализации.
Тема 4 Ключевые факторы успеха.	Потребительская ценность и конкурентная позиция как основные источники обретения ключевых факторов успеха.
Тема 5 Методы и модели анализа внутренней среды организации.	Ресурсный подход к анализу компании. Ключевые компетенции. Материальные и нематериальные ресурсы. Классификация компетенций. Анализ ресурсов и компетенций компании (VRIO-анализ) и идентификация ключевых активов.

Название дисциплины	Деловой иностранный язык / Foreign business language
Кафедра	Кафедра романо-германской филологии и перевода
Цель освоения дисциплины	Развитие иноязычной коммуникативной компетенции (языковой, речевой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Ознакомление с лексическим материалом по теме.	Определение предприятия.
Тема 2 Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики.	Типы предприятий.
Тема 3 Обучение	Документооборот на предприятии.

навыкам письма.	
Тема 4 Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог).	Контакты на предприятии.
Тема 5 Ознакомление с лексическим материалом по теме.	Организация предприятия.
Тема 6 Обучение навыкам письма.	Составление резюме.
Тема 7 Развитие монологической и диалогической речи: итоговая презентация темы.	Собеседование.

Название дисциплины	Дизайн-мышление и технологии принятия решений в международном бизнесе / Design thinking and managerial decision making in international business
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у магистрантов системных представлений, комплекса знаний и навыков в отношении применения методологии дизайн-мышления и технологий принятия решений в международном бизнесе.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Тенденции развития современных рынков в условиях цифровой экономики.	Введение. Предмет дисциплины. Цель и задачи дисциплины. Значение и место дисциплины учебном процессе. Формы проведения занятий и контроля знаний магистрантов. Рекомендуемая литература. Ключевые предпосылки изменений, влияние технологий на потребителей и потребительскую ценность. Экосистемы бизнеса. Индустрия 4.0. Понятие Четвертой индустриальной революции. Эволюция бизнес моделей. Экономика опыта и сотрудничества. Современные модели потребления. Индустрия 4.0. Понятие Четвертой индустриальной революции. Эволюция бизнес моделей. Экономика опыта и сотрудничества. Модели потребления: Prosumer. E-learning. Omni-channel experience. Интернет вещей. Актуальные направления российских и зарубежных исследований в области международного маркетинга и менеджмента.

Тема 2 Дизайн-мышление как инструмент создания ценности.	Сущность дизайн-мышления. Методологические границы дизайн-мышления. Принципы дизайн-мышления. Дизайн-мышление как инструмент создания клиентоориентированных товаров и услуг. Итеративность как основной принцип дизайн-мышления. Этапы и инструменты дизайн-мышления.
Тема 3 Методы дизайн-мышления.	Формирование эмпатии. Анализ и синтез в дизайн-мышлении. Карта потребительского пути. Генерация идей в дизайн-мышлении. Прототипирование в дизайн-мышлении. Тестирование идей в дизайн-мышлении.
Тема 4 Технологии принятия решений: разработка курсовой работы.	Актуальные направления российских и зарубежных исследований в области международного маркетинга и менеджмента. Формирование теоретической базы исследования. Подходы к критическому анализу литературы. Типовые ошибки при проведении теоретического обзора литературы. Дизайн исследования: определение целей, типа и стратегии исследования, источников информации.

Название дисциплины	Иностранный язык в профессиональной сфере / Foreign language in the professional field
Кафедра	Кафедра романо-германской филологии и перевода
Цель освоения дисциплины	Углубленное развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Научные исследования	Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и перевода литературы по специальности. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов повествующих об этапах научных исследований.
Тема 2 Новые технологии в науке	Развитие навыков письменной и устной монологической (монолог) и диалогической речи (диалог) по теме.

Название дисциплины	Интеллектуальные информационные системы / Intellectual information systems
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в организации и проведении исследований для решения исследовательских и управленческих задач, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие интеллектуальных информационных систем для решения	Информационное обеспечение деятельности компании. Основные компоненты интеллектуальной информационной системы. Задачи, решаемые с помощью интеллектуальной информационной системы. Big data и data mining как источники информации для построения интеллектуальных информационных систем. Понятие CRM и ERP систем.

управленческих и исследовательских задач.	
Тема 2 Методология и дизайн исследования.	Типовые форматы исследований рынка. Основные проблемы при проведении исследований рынка. Схема процесса исследования рынка. Типы данных и основные источники информации для проведения анализа рыночной среды компании. Основные методы исследований: эмпирические, экспертные, экономико-математические. Понятие методологии и дизайна исследования. Базовые определения: исследовательский вопрос, гипотеза, выборка. Классификация маркетинговых исследований. Основные методы исследований рынка.
Тема 3 Качественные эмпирические исследования.	Отличительные особенности качественных методов эмпирических исследований. Дизайн качественного исследования. Особенности формирования выборки. Интервью и фокус-группа как методы качественного эмпирического исследования. Экспертное интервью: особенности отбора экспертов, анализ согласованности мнений экспертов. Методы обработки результатов качественного исследования: контент-анализ, нарративный анализ.
Тема 4 Количественные эмпирические исследования.	Отличие методологии количественного исследования от методологии качественного исследования. Типовые цели количественных эмпирических исследований. Взаимосвязь практико-ориентированной проблемы и постановки задач, способствующих ее эффективному решению. Этапы методологии количественного исследования. Концептуальная модель исследования. Постановка гипотез, выявление зависимых и независимых переменных, выбор шкал для их оценки. Проблемы измерения переменных в количественных исследованиях. Надежность, валидность и достоверность измерения. Латентные переменные. Ограничения исследования. Разработка анкеты для проведения количественного исследования. Особенности формирования выборки количественного эмпирического исследования.
Тема 5 Основные методы обработки результатов количественного исследования.	Классификация методов статистического анализа данных. Понятие статистической гипотезы. Уровень значимости статистического критерия. Обработка первичных данных. Описание данных. Очистка данных и идентификация выбросов. Графическое представление данных. Описательная статистика. Таблицы сопряженности признаков. Корреляционно-регрессионный анализ. Дисперсионный анализ. Дискриминантный анализ. Продвинутое методы анализа данных: факторный и кластерный виды анализа.
Тема 6 Проведение исследований в цифровой среде.	Сервисы анализа рынка и конкурентов. Анализ потенциального спроса и потребностей целевой аудитории. Сервисы медиастатистики. Анализ веб-ресурсов компании (сайт, социальные сети). Основы парсинга информации в цифровой среде. Основы веб-аналитики.

Название дисциплины	Клиентоориентированное бизнес-моделирование / Customer-centric business modeling
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование теоретической базы и практических навыков по анализу и построению бизнес-моделей компаний и их бизнес-единиц с позиций клиентоориентированного подхода в условиях растущей конкуренции.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Тема 1 Концепция бизнес-моделирования: клиентоориентированный подход.	Концепция бизнес-моделирования: теоретические и практические предпосылки становления. Концептуализация бизнес-модели и ее применение в стратегическом менеджменте. Понятие бизнес-модели. Информационный (технологический подход) к бизнес-моделированию. Ресурсный подход. Клиентоориентированный подход в бизнесе: эволюция философии корпоративного управления. Ценностный подход в бизнесе. Бизнес-моделирование с позиций клиентоориентированного подхода. Шаблоны бизнес-моделей. Базовый шаблон Остервальдера и Пинье. Бизнес-модель и стратегия компании: в чем разница? Как соотносятся? Инновация бизнес-модели.
Тема 2 Модели потребительской ценности.	Сущность потребительской ценности (ценностное предложение): оптимизация выгод и полных затрат потребителя. Подходы к выявлению структуры потребительской ценности. Модели потребительской ценности на потребительском и промышленном рынке. Оценка потребительской ценности: монетарный и немонетарный подходы. Немонетарный подход: построение карты ценности. Монетарный подход: понятие EVC (economic value to the customer – экономическая прибыль для покупателя) и оценка TCO (total cost of ownership – совокупной стоимости владения).
Тема 3 Цепочка ценности и модели дохода.	Понятие и составляющие цепочки ценности (модель Портера, модель Сливотски и Морриса, модель Каплински и Морриса). Value Chain Analysis. Модернизированная цепочка ценности. Моделирование цепочки по созданию потребительской ценности. Классификация бизнес-процессов в цепочке (по TOPP). Распределение БП по субъектам в соответствии с конкурентными преимуществами. Решение о концентрации и распределении активов (материальных и нематериальных). Типы и виды моделей дохода, их достоинства и недостатки. Эволюция моделей ценообразования.
Тема 4 Моделирование бизнес-процессов: основные понятия.	Понятие моделирования бизнес-процессов - AS IS. Реинжиниринг БП - TO BE. Оптимизация БП. Автоматизация БП. Зрелость БП. Подготовка и внедрение CRM.
Тема 5 Моделирование бизнес-процессов с использованием Microsoft Visio.	Знакомство с программой Microsoft Visio. Работа в программе и моделирование БП.
Тема 6 Моделирование бизнес-процессов с использованием Bizagi.	Знакомство с программой Bizagi. Работа в программе и моделирование БП.

Название дисциплины	Коммуникации лидерства / Leadership communication
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование компетенций в области лидерства и командообразования, развитие лидерских качеств, способностей к самопрезентации, а также формирование профессиональных компетенций, необходимых выпускнику согласно направлению его подготовки.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в теорию и практику лидерства.	Изучение феномена лидерства в западной и отечественной литературе. Значимость проблемы лидерства. Лидерство и руководство. Современная типология и функции лидерства в организации. Социально-технологические особенности лидерства и его влияния на деятельность организации. Основные теории лидерств.
Тема 2 Стили лидерства и подходы в управлении организации.	Классификация стилей лидерства. Авторитарный стиль лидерства. Демократический стиль. Попустительский или либеральный стиль. Влияние ситуации на выбор стиля лидерства. Формирование стиля лидерства. Оценка эффективности лидерского стиля.
Тема 3 Лидерство в системе управления по формированию и развитию корпоративной культуры.	Специфика российского лидерства в управленческой деятельности. Корпоративная культура как стратегический фактор эффективности деятельности организации. Содержание и основные этапы влияния лидерства на управление корпоративной культурой. Роль лидерства и культуры в процессе слияния и приобретения организаций.
Тема 4 Командообразование как ключевая функция лидера организации.	Команда как особый тип организации. Основные подходы к формированию команды: целеполагающий, межличностный, ролевой и проблемно-ориентированный. Диалектика отношений лидера и последователей в процессе развития команды. Классификаций ролей в команде. Технологии формирования лидерства в команде. Эффективно действующая команда.
Тема 5 Управление деятельностью команды.	Качества и функции руководителя. Базовые критерии эффективной работы лидера. Социально-психологические методы руководства коллективом. Оценка личностных качеств персонала, их творческого потенциала, рефлексивная оценка собственных индивидуально-психологических и личностных характеристик.
Тема 6 Инструменты эффективного лидерства.	Коммуникационные технологии лидерства. Эффективные коммуникации. Принятие решений. Ответственность. Делегирование. Мотивирование и стимулирование. Контроль и оценка, искусство обратной связи.

Название дисциплины	Креативное и социальное мышление в проектной деятельности / Creative and social thinking in project work
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Приобретение навыков креативного и социального мышления для применения их в разработке и реализации коммерческих и социальных проектов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Мышление как средство бытия.	Развитие мышление в исторической ретроспективе, движение общества от одномерного мышления к многомерному. Уровни мышления. Принципы моделирования окружающего мира через управление мышлением.

Тема 2 Виды и типы мышления.	Мерность мышления. Виды и типы смысловых узлов и связей. Виды мышления по типу построения иерархий. Креативное, социальное, проектное мышление. Основы мозговой деятельности человека.
Тема 3 Способы развития креативного мышления.	Основы ТРИЗ. Основные подходы к управлению изменением собственного мышления. Основные методы управления мышлением.
Тема 4 Социальное мышление как особый вид мышления.	Важность социального мышления в любой экономической модели. Управление социальным мышлением.
Тема 5 Управление мышлением в проектной деятельности	Мышление как основа успеха проектной деятельности. Мышление как инструмент проектной деятельности. Управление проектами через управление мышлением.

Название дисциплины	Маркетинг промышленных инноваций в интернет-среде / Marketing of industrial innovations in Internet
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Освоение магистрантами основных направлений маркетинга промышленных инноваций в интернет-среде, получение навыков онлайн дискуссии и принципов написания аналитического эссе.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Анализ источников литературы.	Поиск и подбор литературы на иностранном языке по выбранной теме. Критический анализ источников.
Тема 2 Анализ информации о компаниях в сфере промышленных инноваций.	Поиск и анализ информации о компаниях в сфере промышленных инноваций.
Тема 3 Оформление реферата.	Написание текста реферата и оформление в соответствии с требованиями.
Тема 4 Подготовка презентации по теме.	Оформление презентации и защита.

Название дисциплины	Международная стратегия бизнеса / International business strategy
Кафедра	Кафедра маркетинга

Цель освоения дисциплины	Обучение студентов теоретическим основам управления проектами международного, национального и регионального уровня с учетом отраслевых факторов, освоение основных концепций и понятий развития международного бизнеса, формирование навыков анализа и мониторинга различных международных бизнес-стратегий, участия в их разработке. Обучение навыкам анализа и прогнозирования развития организации, разработки мер по совершенствованию бизнес-модели и международной стратегии, разработки корпоративной стратегии развития международной компании.
---------------------------------	---

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1 Развивающиеся и развитые рынки в международном бизнесе.	Развитые и развивающиеся рынки, характеристика, отличительные черты и особенности ведения бизнеса. Продуктовые стратегии и определение целевой аудитории. Ключевые компоненты международной стратегии бизнеса.
Тема 2 Бизнес-модели международного бизнеса.	Бизнес-модели международного бизнеса для развитых и развивающихся рынков. Определение рыночного потенциала. Формулирование потребительской ценности продукта и совместное создание ценности. Планирование активностей и ресурсов.
Тема 3 Особенности ценностного предложения в международном бизнесе.	Конкурентоспособность и выявление ключевых конкурентных преимуществ. Анализ конкурентной среды и целевой аудитории. Коммерческие предложения на международном рынке.
Тема 4 Стратегии международного бизнеса.	Разработка стратегии международного бизнеса. Маркетинговая стратегия. Стратегии внутренних процессов. Стратегии обучения и роста. Финансовая стратегия. Понимание глобальной окружающей среды. Индустриальная и конкурентная тактика. Стратегия продаж.
Тема 5 Определение стратегических возможностей в международном бизнесе.	Жизненный цикл международного бизнеса. Стратегические бизнес-единицы. Стратегический взгляд на бизнес-экономику. Жизненный цикл продукта в международном бизнесе.
Тема 6 Управление продажами в международном бизнесе.	Типы продаж и система продаж в международном бизнесе. Планирование и организация процесса продаж. Стратегия продаж в международном бизнесе.
Тема 7 Реализация международной стратегии бизнеса.	Стратегический менеджмент в международном бизнесе. Формирование видения и стратегическое планирование. Организация стратегических сессий.

Название дисциплины	Международный маркетинг / International marketing
----------------------------	--

Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Заложить основы завоевания конкурентных преимуществ компаний на глобальном рынке, обеспечив понимание магистрантами факторов успеха, оказывающих влияние на глобальные маркетинговые стратегии.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Содержание и специфика международного маркетинга.	Предмет и содержание курса «Международный маркетинг». Взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Функции и задачи специалиста в области организации международной маркетинговой деятельности на международных рынках. Общая характеристика международной маркетинговой деятельности фирм и предприятий. Требования и методические рекомендации по изучению курса. Библиографическое и программно-информационное обеспечение курса.
Тема 2 Влияние процессов глобализации и интернационализации на развитие международного маркетинга.	Необходимость стратегического подхода в системе международного маркетинга. Влияние процессов глобализации экономики и интернационализации предпринимательства на международный маркетинг. Мотивы интернационализации фирмы. Формы интернационализации фирмы и эволюция международного маркетинга. Сущность EPRG-модели (этноцентризм, полицентризм, регионоцентризм, геоцентризм). Влияние деятельности в области международного маркетинга на экономику. Современные тенденции и их влияние на развитие международного маркетинга: последствия BREXIT, перспективы развития международных рынков и Евросоюза, имидж России на международной арене. Санкции против России: влияние на бизнес и основные угрозы для экономики России, влияние санкций на бизнес в других странах.
Тема 3 Маркетинговые исследования на международных рынках.	Виды международных маркетинговых исследований. Технология проведения и организации маркетинговых исследований иностранных рынков. Общие и предварительные исследования. Источники вторичной информации. Конъюнктурные исследования международных рынков. Тесты (опросы). Специальные исследования. Альтернатива собственного или заказного исследования. Сегментация и отбор целевых международных рынков. Профильный анализ рынков.
Тема 4 Структура и характеристика окружающей среды международного маркетинга.	Понятие «окружающая среда» в международном маркетинге. Структура международной маркетинговой среды: экономические факторы, политические, факторы госрегулирования, правовые, социально-культурные и прочие (технологические, географические, демографические, научно-технические), состав которых зависит от характеристики рынка, глубины исследования. Анализ факторов международной маркетинговой среды.
Тема 5 Факторы окружающей среды и их роль в международном маркетинге.	Экономические факторы и их влияние на деятельность фирмы в области международного маркетинга. Общая характеристика экономической системы и модели рыночной экономики. Классификация экономических систем в зависимости от отраслевой структуры. Использование показателя уровня доходов населения для оценки перспективной покупательной способности и классификации стран. Анализ макроэкономических показателей страны: ВВП, НД, инфляции, внешнеторгового баланса и т.п. Экономические факторы, включающие показатели, характеризующие состояние рыночного спроса. Политические факторы: тип политической системы, политическая стабильность, политические отношения между странами, политико-экономические и региональные союзы. Факторы госрегулирования: тарифные и нетарифные барьеры, таможенное регулирование, регулирование предпринимательской деятельности. Правовые факторы: мировая правовая практика в области ВЭД, правовая система России в области международной

	<p>купли-продажи, принципы разработки международных коммерческих контрактов. Международное правовое регулирование инструментов маркетинга. Социально-культурные факторы: культурные факторы – язык и общение, верования и установки, привычки, традиции, ценности и нормы, самооценка и статус в обществе, осознание времени. Человеческие факторы: физические особенности людей, специфические характеристики поведения, отношения к труду, к групповым достижениям, восприятие цветов и т.п. Географические, технологические факторы и другие факторы внешней среды и их влияние на выбор международного рынка.</p>
<p>Тема 6 Способы присутствия на международных рынках.</p>	<p>Характеристика методов выхода на международный рынок. Экспорт (прямой и косвенный). Компенсационные сделки: встречная торговля, торговля с заблокированного счета, клиринговые операции, оплата готовой продукцией, выкуп техники бывшей в употреблении, толлинг. Совместные предприятия и прямое инвестирование. Лицензионные соглашения и франчайзинг, виды франчайзинга (товарный, производственный, деловой). Управленческие контракты. Торговля ноу-хау. Международные инжиниринговые соглашения. Достоинства и недостатки методов. Условия выбора и анализ рисков.</p>
<p>Тема 7 Специфика разработки международного маркетинг-микса.</p>	<p>Особенности разработки маркетинг-микса на международном рынке. Особенности товарных и рынков услуг. Значение комплексного подхода при разработке маркетинг-микса на международном рынке.</p>
<p>Тема 8 Специфика товарной и коммуникативной политик в международном маркетинге.</p>	<p>Международная товарная стратегия. Жизненный цикл международного продукта. Особенности планирования экспортной упаковки и использования товарных марок на внешних рынках. Коммуникативная политика в международном маркетинге: адаптация или стандартизация.</p>
<p>Тема 9 Специфика ценовой и сбытовой политик в международном маркетинге.</p>	<p>Ценовая политика в международном маркетинге. Основные факторы ценообразование и структура цены в международном маркетинге. ИНКОТЕРМС 2010: базовые условия поставки. Ценовые стратегии международного маркетинга. Антидемпинговое законодательство. Торговые войны. Сбытовая политика в международном маркетинге. Особенности формирования каналов товародвижения на международных рынках. Свободные экономические зоны и их преимущества. Управление каналами сбыта в международном маркетинге. Виды международных посредников. Коммуникативная политика в международном маркетинге: адаптация или стандартизация.</p>
<p>Тема 10 Стратегическое планирование международного маркетинга.</p>	<p>Необходимость и сущность стратегического подхода в международном маркетинге. Этапы планирования международного маркетинга. Базовые стратегии международного маркетинга: адаптация или стандартизация. Стратегия глобализации в международном маркетинге. Многофакторная классификация рыночных стратегий (с точки зрения границ рынка, географии рынка, времени выхода на рынок, капитальных вложений, способа ухода с рынка. Тактика международного маркетинга.</p>
<p>Тема 11 Ключевые факторы</p>	<p>Определение понятия «глокальность». Рассмотрение данного подхода как способа достичь оптимальных результатов в международном бизнесе. Подход к определению КФУ компании на международном рынке. КФУ на</p>

успеха международного бизнеса и оценка эффективности решений в системе международного маркетинга.	региональном и международном рынках. Оценка затрат и результатов в международном маркетинге. Виды контроля международной маркетинговой деятельности. Составление технико-экономических обоснований международных контрактов. Риски международной маркетинговой деятельности. Необходимость оценки эффективности. Подходы к оценке международных маркетинговых проектов.
---	---

Название дисциплины	Межкультурные коммуникации в иноязычной среде / Intercultural communication in foreign environment
Кафедра	Кафедра романо-германской филологии и перевода
Цель освоения дисциплины	Изучение теоретических основ и практических аспектов межкультурной коммуникации в организациях, формирование межкультурной коммуникативной компетенции в профессиональной деятельности и становление медиатора культур.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Развитие навыков аудирования и диалогической речи.	Знакомство с культурой страны изучаемого языка, правилами речевого этикета (фр, нем).
Тема 2 Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для общения, чтения.	Организационная структура предприятия (фр, нем).
Тема 3 Развитие навыков монологической речи и диалогической речи.	Деловая переписка (фр, нем).
Тема 4 Обучение реферированию текстов учебной и научной тематики.	Типы речевого общения (фр, нем).
Тема 5 Развитие	Контакты на предприятии (фр, нем).

навыков монологической речи и диалогической речи.	
Тема 6 Обучение реферированию текстов учебной и научной тематики.	Типы предприятий(фр, нем).
Тема 7 Развитие навыков аудирования и диалогической речи.	Проблемы финансового менеджмента в иноязычной среде(фр, нем).
Тема 8 Развитие монологической и диалогической речи: итоговая презентация темы.	Производственные ситуации на предприятии и их решения (фр, нем).

Название дисциплины	Межкультурные коммуникации в русскоязычной среде / Intercultural communication in Russian-speaking environment
Кафедра	Кафедра русского языка и литературы
Цель освоения дисциплины	Приобретение обучающимися иноязычной коммуникативной компетенции, уровень которой позволяет использовать иностранный язык для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для целей дальнейшего образования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Коммуникация. Типы коммуникации. Особенности межкультурной коммуникации.	Понятия «коммуникация» и «общение» в лингвистике, психологии, социологии. Язык и речь. Речевой акт. Модели коммуникации. Типы коммуникации. Причины коммуникативных неудач. Два основных способа передачи культурного наследия: трансляция и трансмутация. Трансмутация как причина непонимания иной культуры.
Тема 2 Культура и её функции. Культурный конфликт и	Понятие культуры. Признаки и функции культуры. Этноцентризм. Понятия «культурного конфликта» и «культурный шок». Типология культур. Культурный релятивизм. Внутренняя форма слова и национальная обусловленность языкового мышления (по А.А. Потебне). Современные

<p>культурный шок. Этноцентризм и культурный релятивизм. Язык и культура. Язык и идеология. Языковая картина мира.</p>	<p>направления изучения национально-специфичного взгляда на мир. Языковая картина мира.</p>
<p>Тема 3 Лингвострановедение. Лингвострановедческая теория слова.</p>	<p>Лингвострановедение как наука. Основные положения лингвострановедческой теории слова. Лингвокультурология. Теория логоэпистем. Культурная антропология. Этнопсихолингвистика. Теория лакун. Культурная грамотность.</p>
<p>Тема 4 Сущность межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации.</p>	<p>Модели межкультурной коммуникации. Знания и представления коммуникантов. Культурное пространство. Когнитивная база.</p>
<p>Тема 5 Языковая личность. Национальный характер. Русские традиции, этикет.</p>	<p>Языковая личность. Национальный компонент в структуре языковой личности. Межкультурная компетенция. Национальный характер. Русские традиции и этикет.</p>
<p>Тема 6 Слово в межкультурной коммуникации. Концепты русской культуры. Фразеология как отражение национальных особенностей русского характера.</p>	<p>Прецедентные феномены. Прецедентные тексты. Национально-детерминированные представления. Пословицы, поговорки. Национально-культурная обусловленность значения слова. Концепты русской культуры. Мифологемы и идеологемы. Фразеологизмы и национальный образ мира.</p>

Тема 7 Особенности коммуникативного невербального поведения русских людей.	Коммуникативная культура. Доминантные особенности в коммуникативном поведении русских людей. Невербальные и паравербальные средства в коммуникативном поведении русских.
Тема 8 Деловая коммуникация и её особенности в русскоязычной среде.	Деловая коммуникация в межкультурной коммуникации. Категория вежливости в русском языке. Специфика официально-делового стиля русского языка.

Название дисциплины	Методология научных исследований / Research methodology
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование знаний и компетенций в области проведения самостоятельных научных исследований, выбора и обоснования методов исследования для получения результатов, позволяющих принимать управленческие решения.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие методологии научных исследований. Формы представления научной информации.	Природа и характеристики исследования. Сущность понятия методологии исследования. Разница между исследовательской ориентацией практиков и академистов в менеджменте. Гносеологические vs прикладные проблемы. Фундаментальные vs прикладные исследования в менеджменте. Логика исследования: основные этапы. Формулирование проблематики и темы исследования. Обоснование актуальности проблемы и темы. Методы генерирования общей концепции и идеи исследования: дерево релевантности, Mind mapping. Трансформация идеи исследования в исследовательский вопрос и субвопросы. Лучший опыт и ошибки в подготовке научных докладов, презентаций, эссе.
Тема 2 Теоретическое исследование : источники и методы анализа вторичной информации.	Источники и методы анализа вторичной информации. Виды вторичных данных и кабинетные исследования. Типы источников вторичной информации: виды баз данных, интернет-ресурсы, регулярные отчеты, синдицированные исследования и т.п. Плагиат и его формы. Критический обзор литературы. Четыре аспекта критического анализа: критика риторики, традиции, авторитета, объективности. Правила и структура критического анализа. Универсальные методы анализа литературы: исторический (эволюционный) анализ, сравнительный, структурный. Контент-анализ. Мета-анализ. ПО для анализа вторичных данных.
Тема 3 Дизайн и программа эмпирического исследования.	Методологический выбор дизайна исследования: качественные, количественные или смешанные методы исследования. Природа дизайна исследования: поисковое (разведывательное), описательное (дискриптивное), экспериментальное (каузальное) исследование. Определение временного горизонта исследования: поперечные и лонгитюдные исследования. Программа эмпирического исследования. Проведение поисковых исследований для разработки концептуальной модели эмпирического исследования и гипотез исследования. Линейная и спиралевидная модели эмпирического исследования. Выбор и обоснование методов сбора и обработки первичных данных. Тестирование концептуальных моделей

	исследования. Формирование рекомендаций для использования результатов в управленческой практике. Ограничения исследования. Подготовка Research Proposal.
Тема 4 Обзор методологии качественных исследований.	Особенности формирования выборки в качественных исследованиях. Способы преодоления феномена ложного насыщения. Теоретическое насыщение. Стратегии исследования: типологическая стратегия и кейс-стади, сочетание стратегией. Проверка достоверности полученных данных: исследовательская триангуляция. Методы сбора информации в процессе качественных исследований: наблюдение, интервью, групповая дискуссия, проективные техники, этнография.

Название дисциплины	Методы Data Science в бизнесе / Methods of Data Science for Business
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Освоение обучающимися теоретических и практических основ анализа, обработки и представления данных с использованием цифровых технологий при принятии бизнес-решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в data science.	Изучение основных понятий, data-driven подход, большие данные, обработка больших объемов данных, подготовка данных, моделирование данных.
Тема 2 Базы данных в бизнесе, методы анализ данных.	Анализ баз данных при принятии бизнес-решений, работа с базами данных товаров и клиентов, хранение больших объемов данных.
Тема 3 Задачи прогнозирования данных в бизнесе.	Применение цифровой среды KNIME для анализа базы данных с целью прогнозирования значений с применением машинного обучения, анализ полученных результатов для принятия бизнес-решений.
Тема 4 Задачи кластеризации данных в бизнесе.	Применение цифровой среды KNIME для анализа базы данных с целью кластеризации её значений, изучение основных методов кластеризации в бизнесе: DBSCAN, метод k-средних, построение иерархического дерева кластеров.
Тема 5 Задачи классификации данных в бизнесе.	Применение цифровой среды KNIME для классификации групп данных, формирование облака слов, анализ текстовых документов.
Тема 6 Задачи визуализации данных в бизнесе.	Применение цифровой среды KNIME для визуализации данных и результатов прогнозирования, кластеризации и классификации данных.

Название дисциплины	Операционный менеджмент в глобальной среде / Operations management in global environment
Кафедра	Международный институт экономики и политики

Цель освоения дисциплины	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Теоретические основы операционного менеджмента в глобальной среде.	Международные подходы к организации операционных процессов на уровне предприятия. Состав операционного менеджмента на уровне транснациональной организации. Методы организации операционных процессов на предприятии
Тема 2 Операционная стратегия предприятия. Особенности вертикальной и горизонтальной интеграций на международной арене.	Интеграция внешних процессов в структуру организации на уровне вертикальной интеграции. Аутсорсинг внешних процессов в горизонтальную структуру компании.
Тема 3 Моделирование и управление операционными бизнес-процессами в транснациональной компании.	Анализ операционных процессов при разработке нового продукта/услуги с использованием Work-Flow схемы
Тема 4 Планирование операционных процессов.	Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы. Процесс сбора потребностей на уровне транснациональной компании.
Тема 5 Проектирование нового продукта / услуги в транснациональной компании.	Создание и описание операционного цикла разработки/производства и коммерциализации нового продукта/услуги для нескольких рынков

Название дисциплины	Организация цепей поставок на глобальных рынках / Organisation of supply chains in global markets
Кафедра	Кафедра логистики и управления цепями поставок

Цель освоения дисциплины	Изучение концептуальных основ и формирование практических навыков управления цепями поставок на глобальных рынках.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Концептуальные основы управления цепями поставок.	Предметная сущность концепции управления цепями поставок (SCM). Эволюция концепции управления цепями поставок. Классификация цепей поставок. Интеграция бизнес-процессов в цепях поставок. Функциональные области управления цепями поставок. Объектная декомпозиция цепи поставок. Процессная декомпозиция цепи поставок. Функциональная характеристика участников цепей поставок. Типы связей между участниками цепей поставок. Принципы определения структуры цепей поставок. Сетевая структура цепей поставок. Границы и структурные размерности сети. Каналы распределения и их влияние на конфигурацию цепей поставок.
Тема 2 Проектирование и интегрированное планирование цепей поставок в международном бизнесе.	Этапы управления цепями поставок: проектирование цепей поставок; организация межфирменной кооперации и координации; моделирование и реинжиниринг ключевых бизнес-процессов; построение системы интегрированного планирования и управления; разработка концепции информационных технологий. Проектирование сетевой структуры цепей поставок в международном бизнесе: участники цепей поставок; структурные координаты сети; типы связей между процессами внутри цепей поставок. Факторы, учитываемые при проектировании цепей поставок. Сущность интегрированного планирования цепей поставок в международном бизнесе. Концепции интегрированного взаимодействия участников в цепях поставок. Методы межфункциональной и межорганизационной координации в цепях поставок для снижения неопределенности. Виды и методы планирования в цепях поставок. Принципы и инструменты планирования цепей поставок. Сущность и характеристики SCOR- модели и DCOR-модели. Роль и функции информационных технологий в проектировании и интегрированном планировании цепей поставок.
Тема 3 Стратегии управления цепями поставок в международном бизнесе.	Конкурентоспособность цепей поставок в международном бизнесе. Понятие, цель и задачи стратегического планирования в цепях поставок. Процесс стратегического планирования. Основные стратегии управления цепями поставок, взаимосвязь с корпоративной стратегией и функциональными стратегиями фокусной компании. Этапы разработки стратегии управления цепями поставок. Достижение стратегического соответствия в цепях поставок. Компромисс реактивность / эффективность. Показатели эффективности функционирования цепей поставок.
Тема 4 Интеграция технологий таможенной и транспортной логистики в международных цепях поставок.	Содержательная характеристика логистических процессов в международных цепях поставок. Хранение и перевозка товаров под таможенным контролем. Технологии и системы прослеживаемости товаров в международных цепях поставок. Сущность и цели таможенной логистики. Функциональное поле таможенной логистики в международных цепях поставок. Логистические технологии таможенного декларирования товаров в международных цепях поставок. Особенности декларирования товаров различных наименований, содержащихся в одной товарной партии. Неполное таможенное декларирование товаров. Периодическое таможенное декларирование товаров. Периодическое временное декларирование товаров Евразийского экономического союза. Предварительное таможенное декларирование товаров. Выпуск товаров до подачи таможенной декларации. Технология «удаленного выпуска». Технология «сухого порта». Специальные упрощения в таможенном деле: виды и особенности применения в международных цепях поставок. Системы и технологии уплаты таможенных платежей в международных цепях поставок. Технология «удаленной оплаты таможенных платежей». Организация смешанных перевозок грузов в международных

	цепях поставок. Интермодальные и комбинированные технологии перевозки грузов. Мультимодальные перевозки грузов: сущность и основные принципы.
Тема 5 Модели и методы управления логистическими процессами в цепях поставок.	Виды и содержание моделей и методов в логистике и управлении цепями поставок. Экономико-математические, информационные модели с позиции управления логистическими системами. Модели стратегического уровня и задачи проектирования эффективных цепей поставок. Объектные, функциональные, процессные модели в логистике и управлении цепями поставок. Типовые модели управления бизнес-процессами в цепях поставок. Аналитические модели и алгоритмы в задачах функциональной логистики. Численные методы решения задач. Возможности применения бизнес-аналитических технологий в выработке и поддержке управленческих решений в логистике и стратегическом управлении цепями поставок. Информационный подход, концепция баз знаний и управления знаниями в логистике и управлении цепями поставок. Технологии интеллектуального анализа данных. Технологии распознавания важной информации (Data Mining).

Название дисциплины	Правовое обеспечение менеджмента / Managerial law
Кафедра	Кафедра предпринимательского и энергетического права
Цель освоения дисциплины	Изучение студентами особенностей системы правового регулирования управления предприятием, приобретение навыков работы с нормативным материалом, его анализа и практического использования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Правовые основы управления.	Понятие и система права. Правовое регулирование управления в организации. Основные направления осуществления правоприменительной деятельности органов управления, охватывающих основные сферы общественной жизни. Меры по соблюдению законности. Принципы корпоративного права. Понятие предпринимательской деятельности. Понятие и классификация юридических лиц. Организационно-правовые формы юридических лиц. Создание, реорганизация и прекращение юридических лиц. Филиалы и представительства. Органы государственного принуждения. Области применения норм административного принуждения. Порядок осуществления ими административной юрисдикции при разрешении конфликтов при воздействии на правонарушителей, применении мер государственного воздействия (принуждение).
Тема 2 Формы управления предприятием (организацией) и их виды. Юридически менеджмент.	Правовые формы управления хозяйствующими субъектами. Неправовые формы управления (организационные действия и материально-технические операции). Процессуальные и непроцессуальные формы управления предприятием (организацией). Органы управления юридического лица и их виды. Полномочия органов юридического лица. Правовая природа органа управления юридического лица. Высший орган управления юридическим лицом. Исполнительные органы управления. Модели управления юридическим лицом. Органы управления организаций. Формы управления индивидуальным бизнесом. Понятие и виды собраний. Правовая природа решений собраний. Порядок принятия решений собраний. Подтверждение решений собраний. Права учредителей на имущество юридических лиц. Право собственности, право хозяйственного ведения и право оперативного управления. Влияние учредителя на дела юридического лица.
Тема 3 Общие и правовые требования к формированию	Понятие и виды трудовых правоотношений. Субъекты трудовых правоотношений. Полномочия органов управления в сфере трудового права. Прием на работу и увольнение. Права и обязанности работников. Трудовой договор. Трудовой коллектив. Назначение, состав норм и нормативы, используемые в управлении трудовым коллективом. Проблемы при создании

<p>ию трудового коллектива. Субъекты юридического управления на предприятии .</p>	<p>организации в сфере формирования ее органов, организационных подразделений. Методы, используемые для их преодоления. Должностные инструкции сотрудников предприятия (организации) и порядок их разработки. Особенности должностных инструкций руководителей разного уровня управления. Порядок реализации полномочий должностных лиц организации.</p>
<p>Тема 4 Правовое обеспечение стратегии предприятия. Права должностных лиц в стратегии предприятия.</p>	<p>Стратегия предприятия. Основные составляющие в управленческой деятельности руководителя предприятия (организации). Права должностных лиц в стратегии предприятия. Выступление органов юридических лиц от их имени в гражданском обороте. Гражданские правоотношения и основания их возникновения, изменения и прекращения. Защита прав и интересов юридического лица в суде и иных органах. Понятие и виды гражданско-правовых сделок. Порядок заключения сделок от имени юридического лица. Гражданско-правовой договор: понятие, виды, заключение.</p>
<p>Тема 5 Общие положения ответственности руководителя предприятия за правонарушения в сфере управления.</p>	<p>Понятие правонарушения и его виды. Понятие юридической ответственности и ее виды. Основания и условия юридической ответственности. Последствия нарушения руководителем трудового, административного, налогового, антимонопольного законодательства. Нормативные правовые акты, устанавливающие ответственность. Краткая характеристика санкций. Уголовная ответственность руководителей за должностные преступления. Гражданско-правовая ответственность органов управления организации перед организацией и ее участниками. Гражданско-правовая ответственность учредителей по долгам юридического лица, перед юридическим лицом и его участниками и кредиторами. Правовое регулирование несостоятельности (банкротства). Признаки банкротства. Стадии банкротства.</p>
<p>Тема 6 Правоотношения между субъектами управления. Принятие локальных документов на предприятии .</p>	<p>Коммуникации (передача информации от одного субъекта другому). Основные нормативные правовые акты, регулирующие отношения, возникающие при формировании и использовании информационных ресурсов, защите информации, прав субъектов, участвующих в информационных процессах. Объекты правоотношений в сфере информационного обмена (документированная информация (документы), информационные ресурсы). Характеристика информации. Конфиденциальная информация. Принятие локальных документов на предприятии.</p>
<p>Тема 7 Надзорная деятельность и контрольные полномочия органов исполнительной власти по отношению к хозяйствующ</p>	<p>Порядок осуществления надзорной деятельности. Краткая характеристика основных видов надзора. Основные виды контроля и их краткая характеристика. Контрольные полномочия органов исполнительной власти в отношении хозяйствующих субъектов. Функции судебных органов власти.</p>

им субъектам.	
---------------	--

Название дисциплины	Проектное управление в условиях цифровизации экономики / Project management in digital economy
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Приобретение обучающимися теоретических знаний о стандартах управления проектами, принципах и методах эффективного управления проектами, а также практических навыков применения методов эффективного управления проектами, создания, внедрения и использования системы управления проектами в условиях цифровизации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в проектный менеджмент. Использование стандартов в проектном управлении.	Понятие проекта. Виды проектов. Процессы управления проектами. Принципы и методы эффективного управления проектами. Выявление представлений участников о понятии «проект». Отличие от текущей деятельности. Различные виды проектов. Понятие «процесса». Различия между общепринятым менеджментом и менеджментом проектов. Роль руководителя проектов. Стандарт РМВоК; Международный стандарт ISO 21500:2012 Guidance on project management (Руководство по управлению проектами); Национальные стандарты России: ГОСТ Р 54869-2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом»; ГОСТ Р 54870-2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов»; ГОСТ Р 54871-2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению программой». Взаимосвязь и различия стандартов. Процессы от инициации до завершения проекта согласно стандартам.
Тема 2 Проектное управление в различных организационных структурах.	Виды организационных структур предприятия: функциональная, проектная, матричная. Плюсы и минусы различных структур. Особенности внедрения проектного управления в сложившиеся функциональные структуры.
Тема 3 Управление интеграцией проекта.	Основные процессы, связанные с интеграцией проекта. Устав проекта, план проекта, управление изменениями. Правильное и своевременное доведение изменений в проекте до его участников.
Тема 4 Управление содержанием проекта.	Процессы планирования и управления содержанием проекта. Формулирование целей проекта согласно принципу SMART. Принципы декомпозиции проекта с помощью методики ИСР.
Тема 5 Управление сроками проекта.	Процессы управления сроками проекта. Принципы сетевого моделирования, методы PDM, ADM, метод критического пути, расчет поздних и ранних сроков наступления событий, резервов работ. Диаграмма Гантта как основной инструмент планирования и контроля реализации проекта в среде. Использование программного продукта Microsoft Project в управлении проектами.
Тема 6 Управление стоимостью проекта.	Бюджет проекта, анализ эффективности проекта, метод освоенного объема.
Тема 7 Управление	Качество как центральный элемент управления проектом. Понимание «качества» в мировой управленческой науке. Согласованность принципов,

качеством проекта.	заложенных в стандарты ISO 9000, PMBoK и др. Основные методики планирования, контроля и анализа качества результатов проекта.
Тема 8 Управление человеческими ресурсами и коммуникациями проекта.	Формирование эффективной команды проекта, распределение ролей и ответственности, мотивация персонала. Рекомендации и типичные ошибки при подборе персонала в проект. Конфликтные ситуации в проекте, способы их разрешения. Методы определения потребностей проекта в коммуникации и информации. Составление отчетов о текущем состоянии проекта, оценка продвижения и прогноз. Управление коммуникациями в целях удовлетворения требований участников проекта и решения возникающих проблем.
Тема 9 Управление рисками проекта.	Методики идентификации и оценки рисков: качественный и количественный анализ. Разработка возможных вариантов и действий, способствующих повышению благоприятных возможностей и снижению угроз для достижения целей проекта. Отслеживание идентифицированных рисков. Мониторинг остаточных рисков. Идентификация новых рисков. Исполнение планов реагирования на риски и оценка их эффективности на протяжении жизненного цикла проекта.

Название дисциплины	Производственная практика (научно-исследовательская работа) / Industrial practice (research work)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Подготовка магистранта к самостоятельной научно-исследовательской деятельности, развитие способности к самостоятельным теоретическим и практическим научным выводам, навыкам объективной оценки полученной информации, применения научных знаний в дальнейшей деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап: Обоснование актуальности и исследования, цели, научной новизны, формулировка предварительной гипотезы исследования	Разработка плана работы. Изучение правил работы с библиотечными фондами и ЭБД СПбГЭУ. Подготовка обзора литературы с целью выявления малоизученных вопросов по теме исследования. Подготовка отчета по обоснованию темы научного исследования. Изучение правил и методики написания научной статьи. Подготовка научных докладов и статей. Участие в магистерской конференции. Участие в мастер-классах.
Тема 2 Основной этап: Выбор метода исследования и проведение исследования	Анализ методов исследования и выбор метода для собственного исследования. Сбор кабинетных данных для проведения исследования. Проведение эмпирических исследований для апробации созданного исследовательского инструментария (качественные и количественные исследования, адаптации анкет, шкал и т.п.). Подготовка научных докладов и статей. Участие в магистерской конференции. Участие в мастер-классах.

Тема 3 Заключительный этап: Получение результатов исследования, тестирование модели, формулировка предложений	Уточнение гипотезы исследования. Проведение полноценных эмпирических исследований для решений исследовательских задач, Аналитическая обработка результатов исследования. Формулировка выводов и разработка рекомендаций. Оформление результатов работы. Публикация результатов исследования в научной периодике.
--	--

Название дисциплины	Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) / Industrial practice (practice according to the profile of professional activity)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Углубление теоретической подготовки и профессиональных знаний магистрантов, закрепление практических навыков и компетенций в сфере анализа информации для принятия управленческих решений и решения актуальных кейсов международных компаний.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный.	Составление индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего распорядка. Ознакомление с нормативными документами.
Тема 2 Основной.	Выполнение задания практики. Обработка и анализ полученной информации. Подготовка и оформление отчета.
Тема 3 Завершающий.	Подготовка к защите. Сбор необходимых документов для отчета. Защита отчета по практике.

Название дисциплины	Производственная практика (преддипломная практика) / Industrial practice (pre-diploma practice)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Закрепление и углубление теоретической подготовки и профессиональных знаний магистрантов, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области маркетинга, овладение необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению магистерской подготовки.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап.	Посещение установочного собрания, выбор базы практики, прохождение инструктажа по технике безопасности; составление совместно с руководителем индивидуального задания, оформление документов на практику.
Тема 2 Основной этап.	Выполнение в соответствии с индивидуальным заданием эмпирических исследований, анализ и интерпретация результатов; разработка управленческих рекомендаций на основании полученных результатов; разработка решения научно-исследовательской проблемы в рамках индивидуального задания; проведение экономического обоснования предлагаемых решений и рекомендаций.

Тема 3 Заключительный этап.	Подготовка и оформление отчета по практике; подготовка сопроводительных документов. Подготовка к защите отчета по практике.
--	---

Название дисциплины	Сервис-дизайн / Services design
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у магистрантов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ дизайна услуг, а также развитие практических навыков дизайна инновационных процессов обслуживания.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Сервисная экономика и ее границы.	Сфера услуг и ее границы. Роль услуг в мировой экономике и торговле. Сервисная экономика. Факторы развития современных международных рынков услуг.
Тема 2 Виды сервисных инноваций, модели обеспечения качества и ценообразования.	Основные заинтересованные стороны в дизайне услуг. Сотрудничество в дизайне услуг. Интеграция потребителя в процессы дизайна. Традиционная модель инновационной продукции. Модели для структурирования процессов проектирования услуг. Проектирование качества сервисных процессов. Модель QFD. Особенности ценообразования.
Тема 3 Методы дизайна услуг.	Методика глубинного интервью и фокус-группы. Модель «5 Почему?». Карта заинтересованных сторон. Карта пути потребителей. Процесс создания и размышления. Сервисные планы. Процесс как проектируемый объект. Менеджмент ожиданий потребителей. Проектирование взаимодействия с клиентами и точек интеграции. Стандарты сервисных процессов.
Тема 4 Персональные услуги.	Роли персонала в услугах. Основы и цели дизайна работ. Теоретические концепции дизайна работ. Модели и эффекты дизайна работ.
Тема 5 Технологические услуги.	Роль технологий в предоставлении услуг. Принятие технологий. Технологии самообслуживания. Рост экономики сотрудничества. Определения: услуги на основе доступа или совместное использование. Движущие силы и барьеры потребления на основе доступа.

Название дисциплины	Создание стоимости на международных рынках / International value creation
Кафедра	Кафедра мировой экономики и международных экономических отношений
Цель освоения дисциплины	Формирование у магистрантов понимания парадигмы глобальных сетей создания стоимости и навыков принятия управленческих решений о размещении зарубежных филиалов или установлении зарубежного сотрудничества.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Драйверы глобализации и интернационализации,	Понятия глобализация и интернационализация, их причины и драйверы. Актуальность процесса глобализации для фирм и его последствия.

следствия для бизнеса.	
Тема 2 Детерминанты выбора зарубежных рынков и зарубежного размещения производств.	Процесс выбора рынков для создания международной цепи создания стоимости. Факторы и тенденции, которые необходимо учитывать при выборе иностранного рынка и релокации: стоимость факторов труда, производительность, наличие ресурсов, логистика, культурные различия, риски, объем требуемых инвестиций и др.
Тема 3 Глобальные стратегии компаний.	Различные подходы к оценке доходности стратегии интернационализации, которые учитывают как качественные, так и количественные показатели. Методы экспресс-оценки долгосрочного влияния интернационализации и релокации операций на деятельность компаний, что является эффективной поддержкой для принятия решений для менеджеров среднего и высшего звена.
Тема 4 Конфигурация глобальных сетей создания стоимости и интегрированный подход к оценке их стратегической значимости.	Развитие глобальных сетей создания стоимости. Принципы создания таких цепей и их координация. Преимущества и недостатки типичных конфигураций производственных цепей. Способы оценки существующих структур сетей создания стоимости и варианты их преобразования для достижения большей финансовой и операционной эффективности компаний.

Название дисциплины	Стратегический менеджмент / Strategic management
Кафедра	Кафедра экономики и управления предприятиями и производственными комплексами
Цель освоения дисциплины	Приобретение необходимых компетенций для разработки и реализации стратегии хозяйствующего субъекта.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 основные категории стратегического менеджмента	История становления и предпосылки развития стратегического менеджмента. Школы стратегического менеджмента. Этапы развития корпоративного управления Структура стратегического менеджмента. Содержание и взаимосвязь основных этапов стратегического управления
Тема 2 Целевое начало в деятельности организации	Понятие миссии. Структура миссии. Видение. Стратегические намерения. Стратегические ориентиры. Требования к целям. Система целей. Дерево целей. Процесс разработки целей
Тема 3 Основы стратегического анализа	Элементы внутренней среды и методы их анализа. Ресурсный подход к анализу внутренней среды. Ресурсы и компетенции. Структура внешней среды. Факторы внешней среды. Макроокружение и методы его анализа. Отраслевой анализ. Деловая среда. Конкурентный анализ.

Тема 4 Методы и модели выбора стратегии	Роль жизненного цикла предприятия, отрасли, продукта в разработке стратегии. Технологические основы формирования стратегии. Процесс разработки стратегии. Матричные методы выбора стратегии. Виды функциональных стратегий, особенности разработки стратегических решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Тема 5 Типология стратегий организации	Базовые стратегии. Уровни стратегий. Корпоративные стратегии. Деловые стратегии. Функциональные стратегии. Стратегии по степени активности.
Тема 6 Реализация стратегии и ее оценка	Задачи этапа реализации стратегии. Организационные изменения. Роль организационной культуры в процессе реализации стратегии. Стратегические, тактические и операционные решения. Формирование команд и мотивация. Методы принятия решений в операционной деятельности. Критерии и показатели оценки стратегии. Система стратегического контроля. Оценка эффективности стратегических, тактических и операционных решений. Стратегический контроль и внесение стратегических изменений на основе принятых решений при управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Название дисциплины	Управление доходностью / Revenue management
Кафедра	Кафедра мировой экономики и международных экономических отношений
Цель освоения дисциплины	Сформировать системное представление о ревеню-менеджменте как технологии, обеспечивающей конкурентоспособность и доходность компаний международного бизнеса.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основы управления доходами в международном бизнесе: предпосылки появления ревеню-менеджмента, его развитие и применение в международном бизнесе.	Основные источники по изучению ревеню-менеджмента: экономические и статистические материалы, документы финансовой отчетности транснациональных корпораций и других международных организаций; возможность использования интернета для получения информации о международных компаниях.
Тема 2 Основы ревеню менеджмента и способы использования в международном бизнесе.	История возникновения ревеню-менеджмента. Использование ревеню-менеджмента как основное условие повышения конкурентоспособности и успешного развития предприятий международного бизнеса. Анализ технологии ревеню-менеджмента с позиции повышения жизнеспособности международного предприятия и увеличения прибыли: операции сбора соответствующих данных, их анализ, оптимизация и контроль. Достижение оптимального соотношения между спросом на услуги и предложением.
Тема 3 Клиенты,	Маркетинговый анализ с целью определения клиентских сегментов и продуктовой линейки. Процесс ценообразования. Принципы и алгоритмы

<p>товары/услуги и их продвижение . Ценовая политика.</p>	<p>реализации маркетинговых инструментов в организации электронной торговли и продвижения на виртуальных рынках на основе методологической платформы «реvenue менеджмент»: «интернет маркетинг»; «цифровые технологии» в продажах и продвижении; «маркетинг социальных сетей».</p>
<p>Тема 4 Использование технологий revenue менеджмента в международном бизнесе: практически й аспект.</p>	<p>Алгоритм формирования ценовой политики международного предприятия с учетом принципов revenue-менеджмента на примере международных ТНК: авиакомпании и гостиничный бизнес.</p>
<p>Тема 5 Методы и способы внедрения технологий revenue менеджмента в международном бизнесе.</p>	<p>Эвристическая и эконометрическая модели инструмента «овербукинг» на основе технологии revenue-менеджмента. Динамическое ценообразование. Поведение потребителей, соответствующий анализ и оптимизация ценовой политики. Модели стратегического управления с учетом принципов revenue-менеджмента.</p>
<p>Тема 6 Revenue-менеджмент в действии: на примере индустрии сервиса (международного гостиничного бизнеса, международного туристского бизнеса) и международных логистических компаний.</p>	<p>Четыре уровня системы revenue-менеджмента для международного предприятия: на примере международного гостиничного бизнеса. Представление и анализ revenue менеджмента как бизнес-процесса на примере работы транснациональных корпораций сферы сервиса.</p>
<p>Тема 7 Интерактивный проект (работа в группах) по применению технологий revenue менеджмента</p>	<p>Интерактивный проект (работа в группах) по применению технологий revenue менеджмента в операционной деятельности международного предприятия.</p>

В операционно й деятельности предприятия.	
--	--

Название дисциплины	Управление эффективностью бизнеса / Performance management
Кафедра	Кафедра проектного менеджмента и управления качеством
Цель освоения дисциплины	Изучение обучающимися основополагающих представлений и практических методов об управлении эффективностью в современной организации как основы деятельности современного менеджера.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные макроэконом ические факторы, влияющие на эффективнос ть бизнеса в современных условиях.	Обоснование структуры внешних и внутренних факторов: макроэкономические, политические, демографические, социальные, технологические. Анализ механизмов влияния факторов на эффективность бизнеса.
Тема 2 Системный подход к управлению эффективнос тью бизнеса: понятие системы управления эффективнос тью, подсистемы объекты и субъекты.	Современные понятие эффективности бизнеса. Система управления эффективностью бизнеса: структура (состав и взаимосвязь подсистем). Построение статической и динамической модели систему управления эффективностью бизнеса. Анализ субъектно-объектных отношений в управлении эффективностью, выделение структуры субъектов и объектов системы.
Тема 3 Критерии и основные показатели эффективнос ти бизнеса, факторная модель выбора структуры показателей эффективнос ти бизнеса.	Критерии эффективности: максимизация добавленной стоимости в бизнесе, проекте, оптимизация затрат и вложенных ресурсов. Экономическая модель управления эффективностью, структура параметров модели - показателей эффективности: стоимостных, рыночных. Понятие текущей и будущей стоимости организации, экономическая прибыль, рентабельность инвестированного и вложенного капитала в проекте. Анализ информационной потребности для построения системы критерием и показателей оценки эффективности бизнеса, состав основных информационных массивов. Внешние и внутренние факторы, определяющие выбор критерия и показателей эффективности для проекта, бизнеса в целом. Принципы и методы количественного и качественного анализа показателей эффективности бизнеса.
Тема 4 Управление прибыльност	Понятие ценовой цепочки, ее структура и методы максимизации добавленной стоимости за счет сокращения совокупных издержек движения продукта по цепи. Построение организационно- управленческой модели управления

ью продаж в бизнесе.	<p>эффективностью продаж. Эффективная портфельная стратегия, управления каналами продаж, диверсификация, оптимизация логистической цепочки. Сегментация рынка по маржинальному доходу, поиск высокодоходных ниш. Повышение качества продукции как метод увеличения рентабельности продаж. Основные показатели рентабельности продаж и их анализ : прибыльность брендов и отдельных видов продукции, прибыльность регионов и каналов продаж, прирост выручки, доли рынка.</p>
Тема 5 Современные методы управления эффективностью затрат.	<p>Основные виды затрат организации: переменные и постоянные, прямые и косвенные, основные и накладные. Оптимизация прямых, переменных затрат через управление ценой и количеством расхода ресурсов. Экономическая модель оптимизации затрат и ее практические модификации: эффект масштаба, тендерная технология управления ценой, оптимизация доставки ресурсов. Долгосрочное партнерство как метод снижения затрат. Нормирование затрат, снижение потерь. Управление постоянными, косвенными, накладными затратами на основе бенчмаркинга. ABC- метод отнесения затрат на проект, продукт, анализ активностей, формирующих издержки.</p>
Тема 6 Управление рабочим капиталом организации.	<p>Понятие рабочего капитала организации, его основных составляющих. Структура информационного массива по составу элементов рабочего капитала и методы их формирования и обработки. Оборачиваемость запасов, дебиторской и кредиторской задолженности. Динамика рабочего капитала. Организационно-управленческие методы оптимизации рабочего капитала с помощью прогрессивных правовых форм: консигнация и факторинг. Оптимизационные модели расчета рабочего капитала. Нормирование рабочего капитала и его элементов при разработке и реализации проекта.</p>
Тема 7 Управление эффективностью долгосрочных активов.	<p>Понятие и структура долгосрочных (внеоборотных активов организации). Анализ динамики эффективности долгосрочных активов. Стоимость приобретения, учетная стоимость и стоимость владения активами. Инновации как основной современный способ управления эффективностью. Эффективность инновационных проектов и инвестиций. Фондоотдача и фондовооруженность, рентабельность активов. Инвестиционный проект как будущий актив бизнеса , основные этапы инвестирования и управление эффективностью. Внутренняя рентабельность инвестиций, сроки окупаемости.</p>
Тема 8 Управление эффективностью финансовым и ресурсами организации.	<p>Анализ информации и идентификация основных финансовых рисков в бизнесе и проекте (процентный, валютный, кредитный) и инструменты управления. Связь эффективности использования финансовых ресурсов и управления рабочим капиталом корпорации. Показатель средней стоимости капитала, модель расчета.</p>
Тема 9 Понятие человеческого капитал и методы обеспечения его эффективности.	<p>Персонал корпорации как ресурс, управление затратами на персонал. Понятие человеческий капитал, как ключевой фактор успеха проектного управления. Инвестирование в человеческий капитал, развитие талантов. Современные методы оценки и мотивации и управления эффективностью персонала корпорации. Управление инновационными проектами на основе теории знаний.</p>
Тема 10 Динамика развития управления эффективностью	<p>Анализ динамики основных элементов системы управления эффективностью бизнеса на разных этапах жизненного цикла организации. Обобщение результатов и построение модели генезиса системы управления эффективностью. Система управления эффективностью бизнеса как механизм инновационного развития системы управления бизнесом.</p>

тью бизнеса на основе концепции жизненного цикла организации.	
--	--

Название дисциплины	Управленческая экономика / Managerial economics
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель освоения дисциплины	Ознакомление магистрантов с современным инструментарием, применяемым для экономического обоснования управленческих решений; рассмотрение теоретических основ создания фирмы, осуществления международной торговой деятельности и международной инвестиционной деятельности; рассмотрение основных элементов микро- и макро среды компании и их воздействие на деятельность фирмы; рассмотрение основных видов рыночных структур и особенностей поведения фирмы на различных рынках.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Особенности предмета управленческой экономики.	Предмет управленческой экономики. Необходимость экономического обоснования управленческих решений. Принципы управленческой экономики, сформулированные Г.Мэнкью. Аналитическая и практическая составляющие управленческой экономики.
Тема 2 Теория фирмы.	Понятие фирмы. Фирма в контексте дилеммы рынок-иерархия. Необходимость создания фирмы в теории трансакционных издержек Р. Коуза. Концепция ресурсов и концепция знаний. Обзор теорий фирмы. Идея максимизации дохода и прибыли в теории фирмы. Поведенческие концепции фирмы.
Тема 3 Микро – и макро- среда фирмы.	Элементы микро- среды фирмы: поставщики, конкуренты, клиенты, посредники, контактные аудитории. Особенности макро- среды компании: экономическая, технологическая, социальная, экологическая, правовая, политическая составляющие макро – среды.
Тема 4 Поведение фирмы в условиях различных рыночных структур.	Условие максимизации прибыли. Понятие совершенной конкуренции. Условия совершенной конкуренции. Возможность фирмы оставаться на рынке или уходить с него при совершенной конкуренции. Монополия. Условие максимизации прибыли при монополии. Уровень монополизации экономики. Олигополия. Олигополистические реакции. Образования картеля. Принцип гонки за лидером. Дуополия как частный случай олигополии.
Тема 5 Международная торговая деятельность компании: теории международной торговли.	Понятие международной торговли. Классические теории международной торговли. Понятие абсолютных и сравнительных преимуществ. Теорема Хекшера- Олина. Парадокс Леонтьева. Современные теории международной торговли. Проблемы участия фирм в международных торговых операциях.
Тема 6 Международная инвестиционная	Понятие международной инвестиционной деятельности. Прямые и портфельные инвестиции. Виды прямых инвестиций. Мотивация фирм к осуществлению ПИИ. Теории прямых иностранных инвестиций. Эклектический подход Даннинга.

деятельность компании: теории прямых иностранных инвестиций.	
Тема 7 Финансовые показатели деятельности компании. Основы формирования финансовых стратегий.	Основные показатели финансовой деятельности компании: затраты и их структура, выручка, прибыль, рентабельность, валовая и чистая прибыль. Поиск точки безубыточности. Инвестиционные проекты и способы оценки их привлекательности.

Название дисциплины	Учебная практика (ознакомительная практика) / Studying practice
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Систематизация и получение первичных профессиональных умений и навыков в сфере научно-исследовательской деятельности, формирование у обучающихся навыков исследования тенденций, проблем и успешных практик развития менеджмента и международного бизнес-администрирования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап.	Организационное собрание по практике. Составление индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с нормативными документами.
Тема 2 Основной этап.	Сбор, обработка и анализ информации в соответствии с индивидуальным заданием. Сбор необходимых документов для написания отчета по практике.
Тема 3 Заключительный этап.	Оформление отчета по практике. Подготовка к защите отчета по практике. Защита отчета по практике.

Название дисциплины	Финансовое проектирование / Financial engineering
Кафедра	Международный институт экономики и политики
Цель освоения дисциплины	Формирование у магистрантов современных компетенций в области методологии принятия решений в сфере управления финансами современной компании с позиции максимизации акционерной стоимости, а также овладение современными методами и инструментами финансового проектирования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Финансовый анализ как база принятия управленческих решений.	Финансовый анализ как составная часть общего анализа хозяйственной деятельности организаций (предприятий). Цели и задачи финансового анализа. Внутренний и внешний финансовый анализ. Экспресс-анализ и детализированный (углубленный) финансовый анализ. Роль финансового анализа в принятии управленческих решений. Взаимосвязь финансового и управленческого анализа. Методы и приемы финансового анализа. Информационное обеспечение финансового анализа.

Тема 2 Методология и методика финансового проектирова ния.	Углубленное изучение методологии и методов финансового проектирования; техники разработки финансовых моделей для диагностики и управления бизнесом; формирование навыков подготовки заключений и рекомендаций. Отчетность как база для обоснования управленческих финансовых решений. Особенности корпоративной финансовой информации.
Тема 3 Операционн ый анализ деятельности компаний.	Изучение и формирование навыков разработки аналитического инструментария обоснования операционных решений. Обеспечение финансовой устойчивости. Платежеспособность и ликвидность компании. Максимизация финансового результата и минимизация рисков и потерь. Обеспечение достаточности финансовых ресурсов. Связь структуры активов и операционного риска компании. Влияние изменения структуры активов на уровень операционного риска и эффективность финансовых решений компании. Роль маржинального анализа в выявлении уровня операционного риска компании.
Тема 4 Особенности финансового моделирован ия.	Изучение особенностей финансового моделирования и с целью формирования знаний и навыков интерпретации и анализа финансовой отчетности для принятия управленческих решений.
Тема 5 Стратегичес кий анализ в организации.	Комплексное изучение методов стратегического анализа, стандартов в области риск-менеджмента и лучших практик в области создания и поддержания системы управления рисками в организации. Основные подходы анализа эффективности работы компании в рамках стоимостной концепции развития предприятия. Интеллектуальный капитал и гудвилл компании. Расчет стоимости гудвилла методов избыточной прибыли. Стратегический анализ через показатель EVA.

Название дисциплины	Язык программирования Python / Programming language Python
Кафедра	Кафедра вычислительных систем и программирования
Цель освоения дисциплины	Представить обучающимся необходимые знания в области программирования на языке Python, умения и навыки использования стандартных модулей языка Python
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Знакомство с языком Python	Место языка Python среди современных языков программирования. Обзор возможностей Google Colab. Переменные и их особенности в языке Python. Операции над числовыми типами данных. Стандартные функции, вызов функций
Тема 2 Условный оператор в Python	Строки и операции над строками. Вывод данных, функция print. Логические выражения, сложные логические выражения. Условная конструкция IF, IF-ELSE, IF-ELIF
Тема 3 Модули в Python	Стандартные модули, примеры работы с модулями в Python. Создание собственных модулей
Тема 4 Строковые методы	Строки в Python. Практика работы со строками. Срезы в языке Python. Строковые методы и кейсы с ними
Тема 5 Списки и методы	Списки в языке Python. Практика по спискам, решение кейсов. Методы для работы со списками. Практика по списковым методам

работы с ними	
Тема 6 Преобразование типов и построение графиков	Преобразование типов данных в Python. Модуль requests и преобразование в список. Практика преобразования типов данных. Построение графиков с помощью модуля Matplotlib из списков. Практика по построению графиков
Тема 7 Инструкция цикла for в Python	Инструкция цикла for в Python. Практика по циклу for
Тема 8 Создание функций	Создание функций в языке Python. Синтаксис создания функций. Практика по созданию функций
Тема 9 Подходы к созданию списка	Подходы к созданию списка, списковые включения. Функции высшего порядка. Анонимные функции. Практика по созданию списков
Тема 10 Инструкция цикла while и множества	Инструкция цикла while в Python. Практика по циклу while. Множества в Python, операции над множествами
Тема 11 Кортежи и словари в Python	Кортежи в Python. Операции над кортежами. Практика по работе с кортежами. Словари в Python. Методы для работы со словарями. Практика по работе со словарями
Тема 12 Обработка исключений и файлы	Исключения в Python. Обработка исключений. Чтение из текстового файла. Менеджер контекста. Методы для чтения, записи и добавления текста. Практика по работе с файлами. Про итераторы в Python
Тема 13 Объектно-ориентированное программирование в Python	Понятие объекта в Python. Создание класса. Практика по созданию классов. Наследование в Python