

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

_____ В.Г. Шубаева
« ____ » _____ 20 ____ г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/ <i>Специальность</i>	38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Направленность (профиль) программы/ <i>Специализация</i>	МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ
Уровень высшего образования	БАКАЛАВРИАТ
Форма обучения	ОЧНАЯ
Год набора	2024

Санкт-Петербург
2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

Анализ данных на языке Python	4
Анализ маркетинговых данных на базе Python	4
Бизнес-аналитика инновационных проектов.....	5
Бренд-аналитика	6
Введение в информационные технологии.....	7
Высшая математика.....	10
Дизайн-мышление и бизнес-моделирование	10
Евразийская политическая экономия	11
Иностранный язык	14
Иностранный язык (углубленный курс).....	17
Интегрированные маркетинговые коммуникации.....	19
Интеллектуальный анализ маркетинговых данных	21
История России.....	22
Количественные методы исследований в маркетинге	35
Логистика	37
Макроэкономика.....	38
Маркетинг	42
Маркетинг в отраслях и сферах	43
Маркетинг в социальных сетях	44
Маркетинг B2B.....	45
Маркетинг покупательского опыта и управление лояльностью	46
Маркетинг территорий	47
Маркетинг услуг.....	48
Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования.....	49
Международный маркетинг.....	50
Методы принятия управленческих решений	52
Микроэкономика.....	56
Общая экономическая теория	58
Операционное обеспечение маркетинга	62
Основы военной подготовки.....	63
Основы графического дизайна.....	64
Основы российской государственности.....	65
Оценка стоимости маркетинговых нематериальных активов	67
Оценка эффективности маркетинговой деятельности	67

Поведение потребителей	68
Принятие решений на основе данных.....	70
Продакт-менеджмент и маркетинг инноваций	71
Проект: Рыночная маркетинг-аналитика	72
Производственная логистика	73
Производственная практика (преддипломная практика)	75
Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика).....	75
Профессиональный иностранный язык	75
Социология.....	78
Теория вероятностей и математическая статистика	79
Теория менеджмента	80
Управление брендами	83
Управление маркетинговыми каналами	85
Управление маркетингом.....	86
Управление международными цепями поставок	87
Управление проектами	88
Учебная практика (ознакомительная практика)	89
Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ).....	90
Физическая культура и спорт.....	91
Физическая культура и спорт (элективные дисциплины)	94
Философия.....	101
Ценообразование и ценовая политика	103
Цифровой маркетинг.....	104
Экономика маркетинга.....	105
Экономическая статистика	106
Электронные закупки	107

Название дисциплины	Анализ данных на языке Python
Кафедра	Кафедра прикладной математики и экономико-математических методов
Цель освоения дисциплины	Получение навыков использования методов и моделей анализа данных и соответствующего компьютерного инструментария для решения экономических задач.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Разведочный анализ данных	Типы и методы представления данных различной природы. Визуализация данных. Анализ основных свойств данных, нахождение в них общих закономерностей, распределений. Одномерный и многомерный анализ данных.
Тема 2 Базовые статистические методы анализа данных	Описательные статистики. Проверка статистических гипотез. Корреляционный анализ. Анализ таблиц сопряженности.
Тема 3 Обработка данных различной природы	Работа с пропусками и выбросами. Нормализация и стандартизация данных. Обработка категориальных признаков.
Тема 4 Методы понижения размерности исходных данных	Метод главных компонент. Метод T-SNE. Метод UMAP.
Тема 5 Кластерный анализ	Кластеры. Метрики близости. Методы объединения кластеров. Иерархический кластерный анализ. Дендрограммы. Метод K-means. Метод DBSCAN. Методы оценки качества кластеризации. Метод силуэта.

Название дисциплины	Анализ маркетинговых данных на базе Python
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в организации и проведении маркетинговых исследований в цифровой среде и реализовывать методологию сбора, обработки и анализа естественной цифровой информации и других видов маркетинговых данных в цифровой среде для маркетингового обеспечения управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Возможности анализа маркетинговых данных с использованием инструментов программирования.	Понятие естественной цифровой информации (ЕЦИ) и ее преимущества. Классификация источников ЕЦИ. Специфика программного инструментария проведения анализа ЕЦИ. Возможности Python для анализа маркетинговых данных. Парсинг и объекты парсинга. Требования по установке ПО.

Тема 2 Основы аналитическ ого программиро вания на Python.	Основные понятия: команда, переменная, конкатенация, метод, функция. Выбор имен переменных. Типы данных. Предотвращение ошибок, вызванных сочетанием данных разного типа. Написание комментариев к коду.
Тема 3 Работа со списками маркетингов ых данных.	Списки. Обращение к элементам списка. Изменение списка: добавление элементов, удаление элементов, изменение элементов. Сортировка элементов в списке. Определение длины списка. Перебор списка с помощью цикла for и возможные ошибки. Создание числовых списков. Описательная статистика при работе с числовыми списками. Генераторы списков. Создание срезов.
Тема 4 Использован ие циклов при анализе маркетингов ых данных.	Ввод данных и циклы while. Сравнение цикла while и цикла for. Функция input. Содержательные подсказки. Числовой ввод. Команды break и continue.
Тема 5 Использован ие условий при анализе маркетингов ых данных.	Условие if. Проверка равенства / неравенства. Операции сравнения. Операторы and / or. Логические выражения. Цепочки if-else, if-elif-else. Проверка нескольких условий. Использование условий при работе со списками. Проверка специальных значений. Проверка наличия / отсутствия элементов в списке. Множественные списки.
Тема 6 Работа со словарями маркетингов ых данных.	Простой словарь. Обращение к значениям в словаре. Добавление и удаление пар «ключ-значение». Создание пустого словаря. Изменение значений в словаре. Словарь с однотипными объектами. Перебор словаря. Проверка на возможные повторения. Вложения: список словарей, словарь в списке, словарь в словаре.
Тема 7 Понятие парсинга данных и основные методы парсинга.	Классификация веб-ресурсов по возможности парсинга. Библиотеки в Python для парсинга. Поиск данных и использование библиотеки Requests. Синтаксический разбор извлеченной информации: использование библиотеки BeautifulSoup и методов группы Find. Работа с регулярными выражениями (библиотека Re).
Тема 8 Парсинг социальных медиа.	Понятие API. Способы парсинга социальных медиа. Парсинг социальной сети Вконтакте (VK.com). Элементы API запроса VK. Структура ответа на API запрос VK. Регистрация приложения. Этапы получения записей со стены сообщества / пользователя: задание переменных, формирование запроса, распознавание данных, структуризация данных. Получение данных о друзьях пользователя и участниках сообщества. Анализ профиля пользователей сообщества. Получение комментариев к записям на стене сообщества. Возможности Selenium Webdriver.
Тема 9 Обработка и анализ естественной цифровой информации.	Токенизация, лемматизация и стеминг. Процесс квантификации токенов. Обработка стоп-слов. Разметка частей речи. Метод «мешок слов». Матрица важности токенов. Анализ тональности. Формирование датафрейма. Инструменты прикладной статистики для анализа данных в Python.

Название дисциплины	Бизнес-аналитика инновационных проектов
--------------------------------	--

Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения 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 при реализации инновационных проектов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Бизнес-аналитика как методология оценки рыночного потенциала инновационных проектов.	Причины возникновения и этапы становления бизнес-аналитики. Структура современного бизнес-анализа. Роль бизнес-аналитика при оценке инновационных проектов. Место бизнес-аналитики в методологиях проектной деятельности.
Тема 2 Анализ трендов макросреды инновационного проекта.	PESTEL анализ: исследование влияния макрофакторов на проект и отрасль в краткосрочном и среднесрочном периодах. SWOT или SNW анализ. Навыки работы с глобальными базами данных.
Тема 3 Методы анализа конкуренции . Отраслевой анализ.	Структура информации, описывающей рыночные процессы и деятельность компании, стейкхолдеров проекта. Виды и формы конкуренции. Проблемы оценки конкурентной среды. Показатели концентрации рынка. Построение конкурентной карты рынка. Стратегические группы по М. Портеру. Составление профиля конкурентов. Анализ пяти конкурентных сил М. Портера как основа разработки конкурентной стратегии организации.
Тема 4 Методы исследования потенциальных потребителей и спроса.	JTBD. Метод персон. Методы маркетинговых исследований для инновационных проектов и их недостатки.
Тема 5 Методы оценки и прогнозирования емкости рынка.	Емкость, потенциал, насыщенность рынка. Проблемы оценки рынка. Методы оценки емкости рынка. Абсолютная и относительная доли рынка. Метод Парфитта-Коллинза для прогноза доли рынка новых товаров.
Тема 6 Ключевые факторы успеха инновационного проекта.	Потребительская ценность и конкурентная позиция как основные источники обретения ключевых факторов успеха.

Название дисциплины	Бренд-аналитика
Кафедра	Кафедра маркетинга

Цель освоения дисциплины	Создать профессиональную компетенцию студентов в области маркетинговой деятельности предприятия, связанной с анализом брендов, и формирование у студентов навыков подготовки мероприятий, направленных на формирование устойчивого образа бренда и оценки капитала бренда.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие платформы бренда. Подходы к анализу платформы бренда.	Понятие и элементы платформы бренда. Процесс разработки платформы бренда. Анализ целевой аудитории бренда. Модели разработки платформы бренда. Основные ошибки при разработке платформы бренда.
Тема 2 Маркетинговый анализ позиции бренда на рынке.	Выбор и анализ показателей, характеризующих позиции бренда на рынке. Процесс позиционирования бренда. Разработка карты позиционирования бренда. Анализ бренд-коммуникаций компании и их значение в формировании восприятия бренда потребителям.
Тема 3 Понятие капитала бренда. Подходы к оценке капитала бренда.	Капитал бренда по Аакеру: виды осведомленности о бренде, восприятие качества, ассоциации бренда, приверженность, другие активы бренда. Теории капитала бренда и их основные акценты. Потребительский капитал. Управление взаимоотношениями с потребителями и CRM-системы.
Тема 4 Процесс оценки стоимости бренда.	Нормативная база оценки стоимости бренда. Основные понятия и формулы для оценки стоимости бренда. Процесс оценки стоимости бренда. Значение оценки стоимости бренда для потребителя, компании, акционеров. Основные подходы и методы оценки стоимости брендов.
Тема 5 Оценка эффективности бренд-менеджмента	Мониторинг положения бренда на рынке. BDI. Показатели здоровья бренда. Оценка капитала бренда, как основа оценки эффективности бренд-менеджмента компании. Аудит портфеля брендов. Основные показатели оценки эффективности решений в системе бренд-менеджмента. Основные решения по итогам оценки эффективности бренд-менеджмента.

Название дисциплины	Введение в информационные технологии
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Изучение основных принципов использования информационных технологий при решении практических задач; формирование у будущих бакалавров навыков алгоритмизации вычислительных процессов; создание необходимой основы для использования современных средств вычислительной техники и пакетов прикладных программ при изучении студентами естественнонаучных, обще-профессиональных и специальных дисциплин в течение всего периода обучения.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Лекция. Информацио	Понятия и определения информации Свойства информации: атрибутивные, прагматические, динамические Показатели качества экономической

<p>нные технологии. Информация - сигналы - данные.</p>	<p>информации Классификация информации Формы представления информации: Сигналы Данные Классификация данных в экономике Типы данных</p>
<p>Тема 2 Лекция. Цифровизация и цифровая трансформация - национальная цель развития РФ.</p>	<p>Определение цифровизации и цифровой трансформации Важность цифровизации для развития России в современных условиях Национальные проекты и программы цифровизации Ключевые направления цифровизации: - Цифровая экономика - Цифровое государственное управление - Цифровое образование и наука</p>
<p>Тема 3 Лекция. Эволюция информационных технологий.</p>	<p>Значение информационных технологий в современном мире История развития информационных технологий Тенденции современных информационных технологий - Искусственный интеллект и машинное обучение - Интернет вещей (IoT) - Облачные вычисления Влияние информационных технологий на общество - Цифровая трансформация бизнеса - Изменения в образовании и науке - Социокультурные изменения</p>
<p>Тема 4 Лекция. Современные информационные ресурсы: использование возможностей современных информационных технологий.</p>	<p>Значение использования современных информационных технологий для доступа к информации Основные типы информационных ресурсов: - Электронные библиотеки и базы данных - Онлайн-журналы и научные ресурсы - Социальные сети и медиаплатформы - Веб-сервисы и приложения Инструменты и технологии для работы с информационными ресурсами: - Поисквые системы и алгоритмы - Облачные хранилища и совместная работа - Аналитика данных и визуализация - Мобильные приложения для доступа к информации Эффективное использование информационных ресурсов: - Фильтрация и оценка информационного потока - Организация и хранение информации - Конфиденциальность и безопасность данных</p>
<p>Тема 5 Практика. Технологии обработки текстовой информации в среде LibreOffice Writer.</p>	<p>Установка параметров страницы и абзаца. Форматирование текста документа: настройка начертания шрифта, использование стилей. Графическое оформление фрагментов текста, работа с колонтитулами. Создание списков, колонок в тексте, установка табуляции. Создание и оформление таблиц. Иллюстрация текстовых документов. Создание сносок, перекрестных ссылок, оглавления. Средства LibreOffice Writer, оптимизирующие работу пользователя: использование технологии слияния и технологии создания форм.</p>
<p>Тема 6 Лекция. Современные информационные ресурсы. Технологии распределен</p>	<p>Определение технологий распределенного реестра (DLT) Значение блокчейн технологии и криптовалют в современном мире Основы блокчейн технологии: - Структура блокчейн - Принцип децентрализации и консенсуса - Криптографическая безопасность Виды блокчейн технологий: - Публичные, частные и гибридные блокчейны - Различия между разрешенными и неразрешенными блокчейнами - Примеры популярных блокчейн платформ Применение блокчейн технологий - Финансовая сфера: криптовалюты, смарт-контракты - Логистика и цепочка поставок - Государственное управление и голосование Криптовалюты - Определение и принцип работы криптовалют -</p>

ого реестра, блокчейн, криптовалюты.	Виды криптовалют: Bitcoin, Ethereum, Ripple и другие - Майнинг и механизмы консенсуса
Тема 7 Лекция. Сетевые информационные технологии.	Определение сетевых информационных технологий Значение сетевых технологий в современном информационном обществе Типы сетей и их особенности Локальные сети (LAN) Глобальные сети (WAN) Беспроводные сети (Wi-Fi, Bluetooth) Виртуальные частные сети (VPN) Сетевые протоколы и стандарты TCP/IP Ethernet Wi-Fi (802.11) DNS, DHCP, HTTP, HTTPS
Тема 8 Практика. Технологии обработки и анализа данных в среде LibreOffice Calc.	Ввод данных, использование формул в расчетах, создание итоговых таблиц, объединение данных. Использование абсолютной и относительной адресации. Подбор параметра. Визуализация данных: создание и настройка отображения элементов диаграмм, добавление линии тренда. Управление списками: сортировка списков и диапазонов, промежуточные итоги, обеспечение поиска и фильтрации данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Защита данных.
Тема 9 Лекция. Основы ИТ Систем: структура и описание базовой информационной системы.	Определение информационной системы Роль информационных систем в современном бизнесе и организациях Компоненты информационной системы: - Аппаратное обеспечение (hardware) - Программное обеспечение (software) - Данные и информация - Люди и процессы Аппаратное обеспечение: Серверы и системы хранения данных, сетевое оборудование, мобильные устройства Программное обеспечение: Операционные системы, системы управления базами данных (СУБД), инструменты разработки Архитектура информационной системы: - Клиент-серверная архитектура - Сервис-ориентированная архитектура (SOA)
Тема 10 Лекция. Open Source технологии и проприетарное ПО: свободные офисные программные продукты и современные офисные программные продукты.	Открытые технологии - Определение Open Source - История и развитие Open Source - Примеры Open Source проектов (Linux, Apache, MySQL) - Положительные и отрицательные стороны Open Source Проприетарное ПО - Определение проприетарного ПО - История и развитие проприетарного ПО - Примеры проприетарного ПО (Microsoft Windows, Adobe Photoshop) - Положительные и отрицательные стороны проприетарного ПО Сравнение Open Source и проприетарного ПО - Положительные и отрицательные стороны каждого - Выбор правильной технологии для ваших потребностей Информационные технологии и ПО в бизнесе - Использование Open Source и проприетарного ПО в бизнесе - Положительные и отрицательные стороны использования Open Source и проприетарного ПО в бизнесе - Примеры успешного использования Open Source и проприетарного ПО в бизнесе Важность понимания отличий между Open Source и проприетарным ПО Будущее Open Source и проприетарного ПО
Тема 11 Практика. Информационные технологии работы с графикой.	Обзор и практическое использование сервисов для работы с изображениями и графическими документами на сервисах Supra и Pixlr Работа по созданию изображений с помощью нейросети
Тема 12 Лекция. Сетевой этикет:	Определение сетевого этикета (netiquette) Важность соблюдения правил поведения в сети для профессионалов Правила поведения в электронной переписке Использование социальных сетей в профессиональных целях Сетевой этикет в деловой переписке Последствия нарушения сетевого этикета

принципы и правила профессионального поведения в Сети.	- Потеря репутации и доверия - Конфликты и недопонимания - Влияние на карьеру и профессиональные возможности
---	--

Название дисциплины	Высшая математика
Кафедра	Кафедра высшей математики
Цель освоения дисциплины	Изложить необходимый математический аппарат и привить обучающимся навыки его использования при анализе и решении профессиональных задач.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Элементы линейной алгебры.	Матрицы и действия над ними. Определители и их свойства. Системы линейных алгебраических уравнений. Ранг матрицы. Теорема Кронекера-Капелли. Метод Гаусса-Жордана. Прямая на плоскости.
Тема 2 Введение в анализ функций одной переменной.	Числовые множества. Понятие функции. Предел последовательности. Число e . Предел функции в точке. Теоремы о пределах функции. Первый и второй замечательные пределы. Бесконечно малые и бесконечно большие функции. Непрерывность функции в точке. Теоремы о непрерывных функциях. Классификация точек разрыва. Понятие сложной и обратной функций.
Тема 3 Дифференциальное исчисление функции одной переменной.	Производная функции в точке, ее геометрический, физический и экономический смысл. Дифференцируемость функции в точке. Дифференциал функции в точке. Правила дифференцирования. Таблица производных простейших элементарных функций. Теорема Ферма, Ролля, Лагранжа, Коши, Лопиталья. Признак монотонности. Необходимое и достаточное условия локального экстремума. Направления выпуклости и точки перегиба графика функции. Необходимое и достаточное условия точки перегиба. Асимптоты графика функции. Исследование функций и построение графиков.
Тема 4 Неопределенный интеграл.	Первообразная и неопределенный интеграл. Свойства неопределенного интеграла. Таблица основных неопределенных интегралов. Непосредственное интегрирование. Метод замены переменной интегрирования в неопределенном интеграле (метод подстановки). Метод интегрирования по частям. Интегрирование рациональных функций.
Тема 5 Определенный интеграл.	Понятие определенного интеграла, суммы Дарбу. Необходимое и достаточное условие интегрируемости. Свойства определенного интеграла. Теорема о среднем. Интеграл с переменным верхним пределом. Формула Ньютона-Лейбница. Замена переменной в определенном интеграле. Формула интегрирования по частям в определенном интеграле. Некоторые приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы первого и второго родов.

Название дисциплины	Дизайн-мышление и бизнес-моделирование
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Развитие знаний и навыков методологии дизайн-мышления при создании инновационных бизнес-моделей. В курсе рассматриваются вопросы трансформации бизнес-моделей в цифровой экономике и развиваются навыки

	использования инструментария дизайн-мышления для поиска инновационных решений развития компании.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в бизнес-модели.	Введение. Структура курса. Понятие "бизнес-модель". Разные уровни понимания бизнес-моделей. Шаблон бизнес-модели по Остервальдеру.
Тема 2 Дизайн-мышление и разработка ценностных предложений	Бизнес-моделирование и дизайн-мышление. Дизайн-мышление и его роль в создании ценности. Шаблон ценностного предложения.
Тема 3 Инструменты дизайн-мышления.	Этапы дизайн-мышления. Методы эмпатии. Методы фокусировки. Методы генерации идей. Методы прототипирования. Методы тестирования.
Тема 4 Создание бизнес-моделей с использованием методологии дизайн-мышления	Как искать бизнес-идеи. Как быстро протестировать бизнес-идеи (cusdev, HADI-циклы). Как создавать бизнес-модели (Остервальдер + Гасман). Как запускать бизнес-модели (lean startup).

Название дисциплины	Евразийская политическая экономия
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов представления ориентированных на изучение фундаментальных оснований устойчивого существования и самостоятельного развития экономик незападного (евразийского типа).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Евразийская экономика в ее отношении к экономике как системному целому.	Предмет и метод евразийской политической экономии. Проблемы изучения евразийской экономики как единого целого. Евразийское направление в политической экономии. Методы исследования в евразийской политической экономии и их особенности. Соотношение предметов политической экономии в целом и евразийской политической экономии в частности. Функции евразийской политической экономии. Евразийская экономика в историко-логическом движении хозяйства. Стадиальный и цивилизованный подходы применительно к развитию евразийской экономики. Формационный подход. Проблема азиатского способа производства. Евразийская экономика в контексте трех эпох развития продукта. Экономика и человек. Маржинализм и марксизм о соотношении экономики и человека. Сотворение продукта человеком. Экономический человек западного типа и экономический человек евразийского типа. Экономика и природа. Универсум, человек, продукт. Производит ли природа? Три эпохи в отношениях экономики и природы. Особенное влияние природных факторов на евразийскую экономику. Продукт как субъективный процесс. Иррационально действующий индивид. Маржинализм и марксизм о субъективных началах экономики. Осознаваемая и неосознаваемая экономическая мотивация евразийского человека в отличие от западного человека.

<p>Тема 2 Эпоха до разделения труда: исходные определения евразийской хозяйственной системы.</p>	<p>Элементарные акты производства и потребления. Простейшая взаимосвязь производства и потребления. Переход от природных к хозяйственным процессам в эпоху до разделения труда. Производство. Потребление. Переход производства в потребление и потребления в производство. Экономические силы человека вообще и евразийского человека в частности. Экономическое количество: теория стоимости (ценности). Теория предельной полезности и трудовая теория стоимости. Их неспособность отразить евразийскую реальность. Образование стоимости: процесс производства и процесс потребления. Влияние бессознательной мотивации на оценку стоимости результата и стоимости затрат. Стоимость в экономике евразийского типа. Принцип объема. Экономические отношения человека вообще и евразийского человека в частности. Исходная модель хозяйственной системы. Валовые и пионерные продукты. Простейшая хозяйственная система таковая. Взаимодействие экономических сил и экономических отношений человека. Начальная типология хозяйственных систем. Простейшая модель евразийской хозяйственной системы. Понятие экономической культуры. Экономические культуры Восточной Евразии.</p>
<p>Тема 3 Эпоха разделения труда: Евразийская альтернатива.</p>	<p>Общая характеристика эпохи разделения труда. Процесс разделения труда – основа возникновения экономик евразийского типа. Маржинаризм и марксизм о разделении труда: специфика евразийского пространства. Экономические отношения в эпоху разделения труда: евразийская модель. Влияние характера специализации и концентрации на формирование хозяйств рыночного и планового типа. Тайна азиатского способа производства. Собственность в хозяйственных системах. Собственность: понятие, типы и формы. Собственность в евразийской экономике. Собственность и эксплуатация. Восточная Евразия между индивидуальной и коллективной эксплуатацией. Цивилизации: экономический механизм возникновения, расцвета и гибели. Перспективы евразийской цивилизации-. Цивилизации, цивилизованные и нецивилизированные сообщества критерии классификации. -Евразийские цивилизации – цивилизации рыночного или планового типа? Богатство и прогресс в евразийских цивилизациях.</p>
<p>Тема 4 Индустриальная стадия разделения труда: развитая противоположность рыночной и плановой хозяйственных систем. Место Восточной Евразии в этой противоположности.</p>	<p>Общая характеристика индустриальной стадии разделения труда. Аграрная экономика - ресурсная основа индустриальной-. Развитие индустриальной экономики на собственной основе. Индустриализация сельского хозяйства. Рента и цена земли на индустриальной стадии Воспроизводство индустриального типа. Возникновение индустриальных экономик рыночного и планового типов. СССР как евразийская индустриальная экономика планового типа. Рыночная хозяйственная система - основные параметры функционирования и развития. Место рынка на евразийском пространстве. Маржинализм и марксизм о капитализме. Индивидуальная частная собственность и торговая сделка. Прибыль, конкуренция и эксплуатация. Экономическая свобода и государство. Центры капитализма в Восточной Евразии: отличия от западного капитализма. Фазы воспроизводства в рыночном хозяйстве: евразийская специфика. Производство в условиях рынка. Распределение в рыночной экономике. Рыночный обмен. Личное потребление в условиях рынка. Воспроизводство рыночного типа как единый процесс. Общая характеристика капиталистического воспроизводства евразийского типа. Воспроизводство на уровне отдельного предприятия. Воспроизводство на уровне национального хозяйства. Расширенное воспроизводство в двухсекторной модели. Характеристики роста в странах евразийского капитализма. Особенности евразийского экономического цикла. Денежное обращение, кредит и финансы в рыночном хозяйстве евразийского типа. Деньги. Капитал, приносящий проценты. Кредитно-банковская система. Финансовая система.</p>

<p>Тема 5 Плановая хозяйственная система - евразийский феномен.</p>	<p>Маржинализм и марксизм о плановой экономике. Общая частная собственность и номенклатурно-объемный механизм. Нормальный и деструктивный дефицит. План как субъективный процесс. Фазы воспроизводства в плановом хозяйстве. План производства. План распределения. Плановый обмен. Планирование личного потребления. Воспроизводство в условия пана как единый процесс. План капиталовложений. Модель воспроизводства в неизменных масштабах. План и экономический рост. Денежное обращение, финансы и кредит в плановой экономике. Денежное обращение и кассовый план. Финансовый план. Кредитный план. Теория смешанных хозяйственных систем евразийского типа: рынок с разным уровнем государственного вмешательства. Общая характеристика евразийской смешанной экономики рыночного типа. Фазы воспроизводства в смешанной экономике рыночного типа. Воспроизводство в смешанной рыночной экономике как единый процесс. Деньги, кредит и финансы в смешанной экономике рыночного типа. Теория смешанных хозяйственных систем евразийского типа: план с разным уровнем включения рынка. Общая характеристика смешанной экономики планового типа. Фазы воспроизводства в смешанной экономике планового типа. Воспроизводство в смешанной экономике планового типа как единый процесс. Деньги, финансы и кредит в смешанной экономике планового типа.</p>
<p>Тема 6 Информационная стадия разделения труда: преодоление противоположности хозяйственных систем. Информационная экономика в Восточной Евразии.</p>	<p>Общая характеристика информационной стадии разделения труда. Переход от индустриальной стадии разделения труда к информационной: евразийский процесс. Теории, интерпретирующие информационную стадию. Информация как новая форма продукта и новый сектор экономики. Трансформация отношений собственности, труда, капитала Глобализация фундаментальный признак информационной экономики. Процесс воспроизводства и информационной экономике евразийского типа. Модификация фаз воспроизводства в информационной экономике. Информационное неравенство в евразийском экономическом пространстве и его социально-экономические последствия. Процесс воспроизводства, взятый в целом: новая роль науки и изменение характера экономического роста. Денежное обращение, финансы и кредит в информационной экономике.</p>
<p>Тема 7 Интеграционные процессы в евразийской экономике.</p>	<p>Глобализация и евразийская регионализация: объективные механизмы и борьба интересов. Возможен ли многополярный мир? Распад мировой системы социализма. Революция в СССР и эволюция в Китае. Совместимы ли глобализация и идея многополярного мира? Потенциал устойчивого развития евразийской экономики. Основные группировки стран Восточной Евразии, их интересы и экономические отношения. Соотношение национальных, региональных и глобальных институтов в процессе евразийской нитрации. Варианты развития Евразийского экономического союза в условиях однополярного и многополярного мира. Сценарий однополярного мира: вариант развития ЕАЭС как поставщика базовых продуктов. Вероятность превращения Евразийского экономического союза в технологического лидера за счет роста цен на топливно-сырьевые ресурсы. Сценарий многополярного мира: вариант развития ЕАЭС как производителя пионерных продуктов. Институты регулирования интеграционных процессов в Евразийском экономическом союзе: новая комбинация рынка и плана. Институты и механизмы регулирования интеграционных процессов в Евразийском экономическом союзе. Особенности институционально-законодательного обеспечения евразийской интеграции. Евразийский экономический союз как позитивная перспектива: преимущества для участников.</p>

Название дисциплины	Иностранный язык
Кафедра	Кафедра английского языка № 1
Цель освоения дисциплины	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в экономику.	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: фонетика/правила чтения; глаголы to be, to have (смысловой, вспомогательный, модальный, глагол-связка); словообразование/части речи; порядок слов; общие и специальные вопросы; местоимения (личные, притяжательные); мн.ч. существительных, артикли a/an). Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: История экономической мысли Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Выбор будущей профессии</p>
Тема 2 Характеристика товаров и услуг. Бренды.	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Проблемы создания бренда. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Продвижение бренда. Факторы, учитываемые при создании бренда. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений / данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия / несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Описание основных характеристик известного бренда. Развитие навыков</p>

	<p>монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания; понимание монологического высказывания длительностью до 3-х минут звучания Содержание темы: Приведите и опишите пример успешного бренда.</p>
<p>Тема 3 Организация и управление продвижением продукции.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Рекламирование известного бренда. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Рекламные средства и методы. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений / данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия / несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Выделение средств на рекламу предприятия. Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания; понимание монологического высказывания длительностью до 3-х минут звучания Содержание темы: Приведите и опишите пример успешной рекламной кампании.</p>
<p>Тема 4 Межкультурные отношения.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Изучение культурных особенностей разных стран. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта) Содержание темы: Межкультурное взаимодействие. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений/ данных, информирование,</p>

	<p>предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/ несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Налаживание взаимодействия с представителями разных культур. Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Значение культурной осведомленности в бизнесе.</p>
<p>Тема 5 Предприятия . Структура и взаимоотнош ения.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Типы предприятий. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Основные характеристики успешных компаний. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений/ данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/ несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Повышение производительности на предприятии. Написание различных видов деловых писем: информационное письмо, запросы, ответ на письмо-запрос, уведомление, соглашение/отказ, подтверждение, претензия, рекламация, и т.д. Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Мотивация сотрудников.</p>
<p>Тема 6 Организац ио нные изменения и развитие. Инновации в современной экономике.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Изменения на предприятии. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания,</p>

	<p>подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта) Содержание темы: Факторы, учитываемые при организации изменений на предприятии. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений/ данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/ несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Анализ методов обратной связи с сотрудниками как средство улучшения организации перемен. Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Опишите изменения в компании, которая вам хорошо известна.</p>
--	---

Название дисциплины	Иностранный язык (углубленный курс)
Кафедра	Кафедра английского языка № 1
Цель освоения дисциплины	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Контакты с партнерами. Корпоративные мероприятия	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Контакты с партнерами Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Трудовые отношения Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания.</p>
Тема 2 Информационные каналы. Этика бизнеса. Успехи и поражения.	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Этика в бизнесе Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным</p>

	<p>текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Этика ведения бизнеса Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания.</p>
<p>Тема 3 Коммуникация в офисе. Презентация компании.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Деловой разговор с коллегами Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта) Содержание темы: Различные средства презентации. Развитие навыков письма. Письменная реализация коммуникативных намерений, (запрос сведений/ данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/ несогласия, отказа, извинения, претензии, благодарности). Стилистические и жанровые особенности письменных высказываний. Содержание темы: Написание различных видов деловых писем: информационное письмо, запросы, ответ на письмо-запрос, уведомление, соглашение/отказ, подтверждение, претензия, рекламация, и т.д. Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания.</p>
<p>Тема 4 Переговоры. Межкультурные особенности.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Культурные особенности разных стран. Межкультурное взаимодействие. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Содержание темы: Ведение переговоров Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи</p>

	(диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания.
--	---

Название дисциплины	Интегрированные маркетинговые коммуникации
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов компетенций, связанных с получением студентами теоретических знаний и практических навыков по организации, управлению и проектированию процессов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные понятия и модели коммуникации. Маркетинговые коммуникации.	Понятие информации, этимология, основные определения (Г. Бейтсон, К. Шеннон, Г. Каслер). Теория информации: энтропия и информация. Количество информации. Формула ценности информации. Определение коммуникации (Д. П. Гавра). Коммуникация как субъект-субъектное информационное взаимодействие. Основные модели коммуникации: В. Шрамм, К. Шеннон, Р. О. Якобсон. Особенности массовых коммуникаций (М. Маклюэн, М. Кастельс). Динамическая модель информации (Д. С. Чернавский). Понятие маркетинговых коммуникаций. Субъекты маркетинговых коммуникаций: производители, потребители, медиа, распространители (агентства), создатели коммуникационного продукта, медиаисследователи, посредники и т. д. Сегментация потенциальных потребителей, понятие целевой группы. Комплекс маркетинговых коммуникаций и отдельные виды. Товар и бренд: сходство и отличия. Маркетинговые коммуникации товара и бренда.
Тема 2 Стратегические маркетинговые коммуникации. Интеграция маркетинговых коммуникаций.	Коммуникационная политика как часть стратегии маркетинговой деятельности. Разработка коммуникационной политики в соответствии с существующей маркетинговой стратегией. Определение долгосрочных целей маркетинговых коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии: анализ рынка, анализ товара и товарного ассортимента, анализ потенциальных потребителей, определение целевой группы, медиаисследования целевой группы, мониторинг рекламного рынка. Стратегия коммуникаций бренда: долгосрочные цели развития бренда, разработка концепции бренд-коммуникаций.
Тема 3 Особенности рекламы и связей с общественностью как видов маркетинговых коммуникаций.	Функции рекламы. Виды рекламы по типу носителя рекламных сообщений. Особенности рекламы в различных медиа. Разработка рекламной кампании. Составление плана рекламной кампании, составление брифа на разработку рекламной кампании. Позиционирование товара (Э. Райс, Дж. Траут) и бренда (М. Шеррингтон). Разработка медиаплана: цели рекламной кампании, рекламная стратегия, целевая группа потребителей, рекламный бюджет, СМИ, календарный план. Понятие креатива. Составление брифа на разработку конкретного коммуникационного продукта. Специфика связей с общественностью: имидж и репутация. Кейсы использования связей с общественностью как маркетинговой коммуникации.

<p>Тема 4 Медиапланирование: теория и практика.</p>	<p>Понятие медиапланирования. Выбор оптимальных коммуникационных каналов, количества и частоты маркетинговых сообщений. Агрегированное количество контактов с целевой группой – Gross Rating Points (GRP, TRP). Эффективный охват целевой группы – Reach, Cover. Стоимость 1000 контактов с целевой группой – Cost Per Thousand (CPT, CPM). Эффективная частота – Frequency. Медиарынок. Медиаисследования. Особенности медиапланирования на телевидении, на радио, в печатной рекламе. Особенности медиапланирования в наружной рекламе. Особенности медиапланирования в интернете: Google Analytics и Яндекс. Метрики. Возможности ПО «Galileo» компании «Mediascope» (холдинг WPP – Kantar) для профессионального медиапланирования. Разработка медиаплана и календарного плана рекламной кампании, расчет и обоснование рекламного бюджета, оценка коммуникационной эффективности рекламы.</p>
<p>Тема 5 Содержательные аспекты маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>Семиотика как наука о знаковых системах. Три раздела семиотики – синтактика, семантика и прагматика (Ч. Пирс). Сигналы, знаки и символы. Семиотический знак как означающее, означаемое и денотат-референт (Г. Фреге). Контент-анализ как исследование содержания маркетинговых коммуникаций. Возможности программы электронного контент-анализа ВААЛ(R) для анализа психологического воздействия русскоязычных текстов по 160-ти параметрам. 5 логических уровней коммуникации по Р. Дилтсу. Семиотика рекламных коммуникаций (Р. Барт, Х. Кафтанджиев и др.). Понятие позиционирования. Разработка концепции позиционирования бренда. Разработка коммуникативной карты товара и бренда.</p>
<p>Тема 6 Правовое и общественное регулирование маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>Правовые аспекты маркетинговых коммуникаций. Конституция РФ. Гражданский кодекс РФ: маркетинговые коммуникации как публичная оферта. Федеральный закон «О рекламе» №38-ФЗ. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях КоАП РФ. УК РФ. Федеральная антимонопольная служба РФ. СПбГКУ «Городской центр рекламы и праздничного оформления», СПбГКУ «Городская реклама и информация». Проблемы распространения Direct Marketing – Федеральный закон «О персональных данных» №152-ФЗ. Специфика коммуникаций бренда: правовая охрана средств индивидуализации как объектов интеллектуальной собственности (ГК РФ (Часть IV), ФГУ ФИПС (Роспатент). Общественное саморегулирование маркетинговых коммуникаций. Профессиональные стандарты. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР). Международный Кодекс рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты ИСС. Российский Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций АКАР. РОО «Общественный совет по рекламе».</p>
<p>Тема 7 Оценка эффективности системы маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>Подходы к оценке эффективности стратегических коммуникаций: коммуникационная, коммуникативная, поведенческая и экономическая. Коммуникационный подход к оценке эффективности коммуникаций: система маркетинговых коммуникаций обеспечивает требуемое количество контактов с целевой группой с требуемым охватом, с требуемой частотой и границах бюджета. Коммуникативный подход: сообщение целевой группе было отправлено, получено и понято адекватно. Поведенческий подход: эффективность маркетинговых коммуникаций определяется изменениями в поведении целевой группы. Вовлечение в коммуникацию как фатическая функция (Р. О. Якобсон). Вовлечение в потребление (Penetration): 50-70% наведенной осведомленности среди целевой группы или Актуальность по BrandAsset Valuator? Стратегические маркетинговые коммуникации как динамическое взаимодействие в нелинейной среде: синергетическая модель рекламного воздействия (Д. С. Чернавский). Экономическая эффективность системы маркетинговых коммуникаций. Затраты на маркетинговые</p>

	коммуникации, их содержание и структура. Подходы к определению экономических эффектов от системы маркетинговых коммуникаций: бенчмаркинг, динамика объемов продаж, Share of Voices (SoV), Cost Efficiency Index (CEI), Advertising ROI, Доходные методы и др.
Тема 8 Маркетинговые коммуникации как рынок.	Мировой и российский медиарынок: виды, количественные характеристики, статистика, тенденции. Медиаисследования в России: РосИндекс (Ipsos Group), Marketing Index - Web Index (Mediascope (холдинг WPP - Kantar). Интернет, телевидение, радио, пресса, наружная реклама. Рекламный рынок в мире и в России: основные рекламодатели, виды медиа, размер и структура рекламных бюджетов. Анализ рекламной деятельности в России: Mediascope, AdIndex, АКАР и др.

Название дисциплины	Интеллектуальный анализ маркетинговых данных
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Обучение студентов необходимым знаниям и базовым умениям использования big data, извлечения знаний из сырых данных (data mining) и интеллектуального анализа маркетинговых данных.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Значение данных, информации и знаний для обеспечения эффективной маркетинговой деятельности.	Понятия «данные», «информация», «знания», «понимание» и их связь с маркетинговой деятельностью предприятия. Сущность и специфика понятия «организационное знание». Эксплицитное знание как организационное знание в теории западного менеджмента. ИмPLICITное знание как организационное знание в теории восточного менеджмента. Подходы, способы и методы выявления неформализованных знаний.
Тема 2 Использование методов и технологий big data в маркетинге.	Понятие и семантическое поле «big data». История формирования «big data». Актуальность термина «big data» в специальной литературе. Анализ базовых определений big data. Объемы данных на различных интернет-ресурсах и в компаниях. Объемы корпоративных данных в различных отраслях бизнеса. 4 базовых характеристики big data: объем (volume), скорость (velocity), разнообразие (variety), достоверность (verificatuion).
Тема 3 Цифровизация мировой экономики и датификация нецифровой информации, необходимой для обеспечения маркетинговой деятельности.	Цифровизация мировой экономики. Прогноз научно-технологического развития РФ: 2030 (информационно-коммуникативные технологии). Государственная программа РФ «Информационное общество» (2011-2020). Программа «Цифровая экономика РФ» (2017). Датификация как оцифровывание нецифровых данных, необходимых для принятия эффективных решений в области маркетинга. Датификация информации в интернете и социальных сетях. Датификация местоположения потенциальных потребителей (GPS, ГЛОНАСС). Проблемы и возможности датификации изображения, звука и видео. Датификация текстовой информации: возможности психолингвистической экспертной системы «ВААЛ (R)».
Тема 4 Data mining: способы и	История концепции data mining, эволюция понятия. Data mining как технология поддержки принятия маркетинговых решений. Специфика маркетинговых исследований и data mining в области маркетинга. Технологии

методы извлечения маркетинговых знаний из сырых данных.	data mining: технологии БД, статистический анализ, технологии датификации, технологии машинного обучения, технологии распознавания образов, технологии визуализации, искусственный интеллект и др.
Тема 5 Методы и технологии интеллектуального анализа маркетинговой информации.	Определение интеллектуального анализа данных: особенности первичных данных, специфика извлекаемых знаний. Дескриптивная и предиктивная задачи data mining. Направления интеллектуального анализа данных. Специфика, методы и инструменты интеллектуального анализа маркетинговых данных. Элементы, стадии и этапы интеллектуального анализа маркетинговых данных. Задачи и интеллектуального анализа данных, необходимые для поддержки принятия маркетинговых решений. Возможности программ SQL-server, Analysis Service, Data Mining Add-in (пакет Microsoft Office 2018) для интеллектуального анализа маркетинговых данных.

Название дисциплины	История России
Кафедра	Кафедра общественных наук
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 История как наука и ее роль в обществе. Древняя Русь в IX – начале. X вв.	Место истории в системе наук. Предмет и структура исторического знания. Теория и методология исторической науки. Сущность, формы и функции исторического знания. Закономерности развития современной науки. История как часть общенаучного знания. История России как часть мировой истории. Предшественники славян на территории России: сарматы, киммерийцы, скифы. Формирование индоевропейского этноса. Расселение славян по территории Европы. Основные направления развития и особенности древневосточной, древнегреческой и древнеримской цивилизаций. Первые сведения о славянах, византийские и арабские источники о славянах. Исход с Карпатских гор («днепровские» и «ильменьские» славяне) и выделение славян из индоевропейского единства. Великое переселение народов. Миграция готов. Нашествие гуннов. Предпосылки возникновения государства на Руси. Причины объединения славянских племен. Путь «из варяг в греки». Складывание различных структур управления в Киеве и Великом Новгороде. «Призвание варягов» и начало династии Рюриковичей. Дискуссии по поводу «норманнской теории» и современные научные взгляды на проблему. Княжение Аскольда и Дира в Киеве.
Тема 2 Развитие древнерусской государственности. Крещение Руси	Внутренняя и внешняя политика первых киевских князей (Олег, Игорь, Ольга, Святослав): покорение древлян, я бы написала: подчинение восточнославянских племен русским князьям, дань и «полюдье», реформы Ольги, походы на Византию, договор Олега с Византией, борьба с печенегами, битва при Доростоле. Владимир Святой как историческая личность. Восхождение на княжение, внутренняя и внешняя политика: начало церковной юрисдикции: «Устав Владимира», отношения с Византийской империей, передовая система охраны границ, победы над печенегами. Формирование территории и структуры власти государства Русь. Особенности социально-политического развития Киевской Руси. Княжеская власть и социальная структура. Территориально-политическая структура Руси: волости. Органы власти: князь и вече. Особенности положения князя в Великом Новгороде. Принятие христианства. Формирование и сущность концепции единобожия.

	<p>Использование властными структурами монотеистических учений в качестве механизмов государственного управления и последствия этого. Причины и значение крещения Руси. Предание о выборе веры Владимиром Святославичем как отражение рационализма княжеской власти. Византия и процесс крещения Руси. Методы крещения Руси. Христианство, ислам и иудаизм как религии России.</p>
<p>Тема 3 Возвышение и начало распада Киевской Руси</p>	<p>Борьба за власть между сыновьями Владимира Святого. Ярослав Мудрый, его приход к власти и роль в русской истории. «Русская правда» – свод законов и исторический источник. Социальная дифференциация в «Русской правде» (княжеско-дружинная элита, духовенство, городское население, категории рядового и зависимого населения). «Русская правда» как «Кодекс капитала». Развитие церковной юрисдикции – «Устав князя Ярослава». Внешняя политика и международные связи: отношения с Византией, половцами, странами Центральной, Западной и Северной Европы. Международный авторитет Киевской Руси. Экономика (земледелие, животноводство, ремесло, промыслы) и культура (письменность и литература, изобразительное искусство, начало каменного строительства, богословие и зачатки научных знаний) древнерусского государства. Расцвет Киевской Руси и предпосылки политической раздробленности (натуральное хозяйство, слабая связь княжеств), как неизбежного процесса развития государства. Плюсы и минусы этого процесса: технический прогресс, совершенствование оружия, развитие феодального землевладения и городов. Зарождение «Лествичной» системы наследования власти. Преимущества и недостатки: ее структура, противоречия и последствия (князья-изгои, междоусобные войны на «правовой» основе). Роль лествичной системы как причины в ускорении распада Киевской Руси.</p>
<p>Тема 4 Государственная раздробленность Руси (конец XI – начало XIII вв.)</p>	<p>Русь при Ярославичах. Продолжение распада Киевской Руси. Владимир Мономах и начало борьбы с феодальной раздробленностью. «Устав Мономаха». Особенности развития русских земель в XII-XIII вв. Формирование земель – самостоятельных политических образований, составивших Владимирскую Русь. Отличие Владимирской Руси от Киевской Руси. Давление кочевников на раздробленную Русь, перемещение ее экономического и политико-культурного центра. Изменение основной экономической специализации древнерусского государства (от торговли к земледелию). Важнейшие земли Владимирской Руси и особенности их социально-экономического и политического развития. Владимиро-Суздальское княжество: Юрий Долгорукий, Андрей Боголюбский, Всеволод III. Новгородская боярская республика: вече, посадник, тысяцкий, князь, архиепископ. Галицко-Волынское княжество: Ярослав Осмомысл, Роман Мстиславович, Даниил Галицкий. Междоусобные войны. Политическое и экономическое ослабление русских земель. Внешняя политика русских земель. Этнокультурные процессы становления русской государственности. Процесс обретения русским народом национального самосознания.</p>
<p>Тема 5 Борьба русских княжеств против монголо-татарского нашествия</p>	<p>Образование монгольского государства. Темучин Чингиз-хан как историческая личность. Путь к власти и возвышение Чингиз-хана. Военная организация, вооружение, тактика и стратегия монгольского войска. Завоевание Китая и Хорезма. Система управления, установленная на завоеванных землях. Первое столкновение русских и монголо-татарских войск – битва на реке Калка. Структура и правители Монгольской империи. Завещание Чингиз-хана – законодательное закрепление для Монгольской империи обязательности новых завоеваний. Бату-хан как продолжатель дела своего деда. Состав войска Бату-хана. Первый поход Бату-хана и его последствия. Причины отказа от взятия Великого Новгорода. Образование «Золотой Орды». Второй поход Бату-хана. Падение Киева, разгром Галицко-Волынского княжества, Венгерского королевства. Неудачи ордынцев в Чехии.</p>

	<p>Битва при Лигнице, полный разгром западноевропейских войск, его причины. Смятение и ужас в Европе. Причины прекращения второго похода Орды в Триесте и поворота назад (гражданская война в Орде, усиление князя Ярослава Всеволодовича, кончина Великого Кагана Угедэя).</p>
<p>Тема 6 Борьба русского народа с агрессией крестоносцев</p>	<p>Католическая церковь в Средние века. Папство. Крестовые походы. Ордена крестоносцев (тапплиеры, госпитальеры, Тевтонский орден) – создание, устав, состав, иерархия. Направленная и системная агрессия Западной Европы против Руси, инспирируемая и руководимая Ватиканом. Вторжение Орденов крестоносцев в Прибалтику, возникновение Литовского государства и включение в его состав части русских земель. Противодействие агрессии крестоносцев князя Ярослава Всеволодовича и его сына Александра. Шведский поход на Великий Новгород. Невская битва. Вторжение Ливонского (Тевтонского) ордена, сдача Пскова. Блестящая тактика и стратегия ведения военных действий Александром Невским. Ледовое побоище. Рокаворская битва. Итоги противостояния Руси и Западной Европы в XIII веке. Две концептуальные позиции по «историческому выбору» Руси: Александр Невский (вассалитет у Золотой орды) и Даниил Галицкий (союз с Западной и Восточной Европой). Последствия выбора в первом и втором случаях.</p>
<p>Тема 7 Установление ордынского ига на Руси</p>	<p>Судьбы русских земель после монгольского нашествия. Система зависимости русских земель от ордынских ханов. Дань – основные виды, эволюция метода сбора, размер. Ярлык – полномочия обладателя, виды ярлыков, методы выдачи ярлыков. Разобщение и сталкивание между собой русских князей – основные цели системы ярлыков. «Выезды» русских князей в Орду. Великие князья Ярослав Всеволодович, Александр Невский, Даниил Александрович. Тяжелое время русских земель. Борьба за великое княжение Владимирское. Приглашение русскими князьями ордынцев для участия в междоусобных войнах. «Дедюнева рать» и «Неврюева рать». Судьба Галицко-Волынского княжества. Эволюция республиканского строя в Новгороде и Пскове. Новгород в системе балтийских связей. Ганзейские города. Дискуссии о роли ордынского владычества в истории России. Теория о решающем значении ордынского ига в объединении русских земель и своеобразии исторического пути русского государства.</p>
<p>Тема 8 Объединение русских земель вокруг Москвы</p>	<p>Предпосылки процесса объединения русских земель. Возвышение Москвы. Иван I Калита как историческая личность. Приход Ивана Калиты к власти и его роль в русской истории. Причины быстрого усиления Московского княжества – выгодное торгово-логистическое положение, умелая экономическая политика, ловкая дипломатическая политика в отношениях с Ордой. Превращение Москвы в основной транзитный пункт торговли Орды с Западной Европой. Привлечение населения Руси в Московское княжество с помощью выгодных денежных ссуд. Перенос митрополичьей кафедры в Москву. Московский князь – единственный сборщик ордынской дани. Экономические способы присоединения русских земель к Москве (покупка, финансовое принуждение). Борьба за политическое лидерство в северо-восточной Руси. Противостояние Московского и Тверского княжеств. Военно-политические способы присоединения русских земель к Москве (аккуратное и умелое привлечение ордынских войск, провокации). Проявление первых центробежных тенденций в Орде. Позиционирование московских князей в сознании русского народа как объединителей и освободителей их земель.</p>
<p>Тема 9 Становление русской государственности во</p>	<p>Правление первых князей «Калитина рода» (Симеон Гордый, Иван II Красный). Продолжение политики Ивана Калиты. Дмитрий Донской как историческая личность. Политическая ситуация в Орде. Подготовка к выступлению против Орды. Куликовская битва, ее историческое значение и последствия. Отношения с Ордой после Куликовской битвы. Сергей</p>

<p>второй половине XIV – начале XV вв.</p>	<p>Радонежский и роль православной церкви в объединении русских земель. Русские земли в составе Великого княжества Литовского, Польского королевства и Великого княжества Московского. Великое княжество Литовское в XIV–XV вв. Грюнвальдская битва. Унии между Польшей и Литвой. Великий Новгород и Псков в XV в.: политический строй, отношения с Москвой, Тевтонским орденом в Ливонии, Ганзой, Великим княжеством Литовским. Династическая война в Московском княжестве второй четверти XV в. Закрепление первенствующего положения московских князей. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире. Возникновение доктрины «Москва – третий Рим».</p>
<p>Тема 10 Формирование единого Русского государства во второй половине XV– начале XVI вв.</p>	<p>Иван III как историческая личность. Приход Ивана III к власти и его роль в русской истории. Присоединение Новгорода и Твери. Подготовка к свержению ордынского ига. Нарастание центробежных тенденций в Орде и ее распад на отдельные политические образования. Стояние на реке Угре. Ликвидация зависимости от Орды. Принятие общерусского Судебника, его роль централизации государства. Положение крестьян по Судебнику 1497 г. (Юрьев день). Софья Палеолог. Формирование административного аппарата управления единого государства. Двор великого князя, государственная символика. Церковь и великокняжеская власть. Идеино-политическая борьба в Русской православной церкви. Иосифляне (Иосиф Волоцкий) и нестяжатели (Нил Сорский). Завершение процесса объединения русских земель под властью великих князей московских (присоединение Брянска, Северских земель, Пскова, Смоленска и Рязани). Государственный строй Московского государства – сословно-представительная монархия. Внешняя политика Московского государства в первой трети XVI в. Военные конфликты с Великим княжеством Литовским, Крымским и Казанским ханствами. Великий князь Василий III. Усиление великокняжеской власти. Формирование аппарата центрального управления. Боярская дума. Укрепление власти великого князя московского. Ликвидация удельной системы. Завершение формирования доктрины «Москва – третий Рим». Особая мессианская роль православной доктрины. Конфессиональная ситуация в Европе в сер - 2 пол 16 в. Влияние Реформации и Контрреформации на Восточную Европу.</p>
<p>Тема 11 Реформы Ивана IV Грозного</p>	<p>Обострение социальных противоречий и борьба за власть в 30-е годы XVI века. Регентство великой княгини Елены Глинской. Период боярского правления. Проблема генетического вырождения правящих династий. Иван IV – морально-нравственные ориентиры, принятие царского титула. Послания Ивана IV о сущности самодержавной власти (переписка с князем Андреем Курбским). Правительство «Избранной рады». Первые Земские соборы, вопрос о сословном представительстве в Московском государстве. Принятие общерусского Судебника 1550 г. «Стоглавый собор» 1551 г. Реорганизация войска — «Уложение о службе», формирование стрелецких полков. Падение правительства «Избранной рады». Боярское, церковное и поместное землевладения. Опричнина, ее структура и цель учреждения. Социальный и национальный состав опричного войска. Опричный террор. Разорение наиболее доходных земель и крупнейших северо-западных городов России – Новгорода и Пскова. Мнимая отмена опричнины. Последствия политики опричнины (экономические, социальные, политические). Споры о причинах и характере опричнины в исторической науке.</p>
<p>Тема 12 Внешняя политика и социально-экономическое развитие</p>	<p>Внешняя политика Московского государства. Военные столкновения с Великим княжеством Литовским (Речью Посполитой) и Швецией. Ливонская война: задачи войны, ее этапы, причины поражения России. Расширение политических и экономических контактов со странами Европы. Начало морской торговли с европейскими странами через гавани Белого моря. Борьба Московского государства с татарскими ханствами. Завоевание Казанского и</p>

<p>Московского государства в XVI в.</p>	<p>Астраханского ханств. Походы на Крым и набеги крымских ханов на русские земли. Молодинская битва и ее историческое значение. Усиление российского влияния на Ногайскую орду и государственные образования Северного Кавказа. Османский фактор и его влияние на экономическую и политическую ситуацию в Европе. Первое столкновение с Османской империей (1569). Поход атамана Ермака Тимофеевича и его историческое значение. Начало присоединения Западной Сибири. Социально-экономическое развитие страны. Аграрный характер экономики Московского государства. Денежная реформа правительства Елены Глинской и складывание единой монетной системы в России. Начало расцвета городов на волжском и беломорском торговых путях и упадка Новгорода и Пскова.</p>
<p>Тема 13 Россия на рубеже XVI–XVII вв.</p>	<p>Последние годы царствования Ивана IV и династическая ситуация после его кончины. Борис Годунов как историческая личность. Царствование Федора Ивановича. Политическая борьба при московском дворе в конце XVI в. и фактическое правление боярина Бориса Годунова. Учреждение патриаршества. Восстановление позиций в Прибалтике, утерянных по итогам Ливонской войны. Отражение татарского набега. Строительство крепостей на южной границе и в Поволжье. Пресечение царской династии Рюриковичей и реакция на это народных масс. Земский собор и избрание на престол Бориса Годунова. Экономический кризис в Московском государстве конца XVI – начала XVII вв. Крепостнические тенденции: фактическая отмена правила Юрьева дня (указ о заповедных летах и об урочных летах). Поместное войско. Предпосылки системного кризиса Московского государства в начале XVII в. Обострение социально-экономической ситуации. Голод 1601-1603 гг. Падение легитимности власти царя Бориса Годунова.</p>
<p>Тема 14 Начало Смутного времени</p>	<p>Развитие феномена самозванства. Династический этап Смутного времени. Лжедмитрий I. Поддержка самозванца правящими кругами Речи Посполитой и Ватиканом. Вторжение войска Лжедмитрия на территорию Московского государства, переход на его сторону населения южных и юго-западных уездов страны. Начало гражданской войны. Смерть Бориса Годунова и воцарение Лжедмитрия I. Внутренняя и внешняя политика самозванца. Заговор и свержение Лжедмитрия I. Углубление и расширение гражданской войны. Царствование Василия IV Шуйского. Восстание против него населения южнорусских и поволжских уездов Московского государства. Социальные противоречия как движущая сила в гражданской войне. Повстанческое войско Ивана Болотникова. Осада Москвы, оборона Калуги и Тулы. Разгром восставших. Лжедмитрий II и его поход на Москву. «Воровской» лагерь в Тушино. Участие в движении самозванца отрядов из Речи Посполитой. Поддержка самозванца в центральных и северо-западных уездах страны. Русско-шведский договор о военном союзе и его последствия.</p>
<p>Тема 15 Кульминация и завершение Смутного времени</p>	<p>Официальное вступление Речи Посполитой в войну против Московского государства (1609). Оборона Смоленска. Разгром Тушинского лагеря Лжедмитрия II. Поражение русского войска в Клушинском сражении. Низложение царя Василия Шуйского. «Семибоярщина». Иностранная интервенция как составная часть Смутного времени. Кульминация Смуты. Договор о передаче престола польскому королевичу Владиславу. Вступление польско-литовского гарнизона в Москву. Национальный этап Смутного времени. Подъем национально-освободительного движения. Д. Пожарский и формирование Первого ополчения. Восстание в Москве и его подавление по причине предательства казачьих полков. Конфликт в рядах Первого ополчения. Падение Смоленска. Захват Великого Новгорода и северо-запада страны шведскими войсками. К. Минин и формирование Второго ополчения, его поход на Москву. Битва на Клязьме, освобождение столицы. Земский «Вселенский» собор 1613 г. Избрание на престол Михаила Федоровича</p>

	<p>Романова как компромиссной фигуры. Завершение Смутного времени. Установление власти нового царя на территории страны. Военные действия против войск Речи Посполитой и Швеции. Русско-шведские переговоры и заключение Столбовского мирного договора. Потеря выхода к берегам Балтийского моря. Заключение Деулинского перемирия с Речью Посполитой. Утрата Смоленской и Северской земли. Цена первой в истории России гражданской войны</p>
<p>Тема 16 Россия в XVII в.</p>	<p>Царь Михаил Федорович («правительство патриарха Филарета»). Социально-экономическое развитие. Восстановление разрушенной в Смутное время экономики страны. Возрождение прежней фискальной системы, наряду с взиманием экстраординарных налогов. Фактическое введение абсолютного крепостного права. Социальные, политические и экономические мотивы закрепощения крестьян. Устранение различий между вотчиной и поместьем. Царь Алексей Михайлович. Укрепление абсолютистских тенденций. Соборное уложение 1649 г. — общерусский свод законов. Укрепление приказной системы государственного управления. Создание первого регулярного полка русской армии. Политика правительства в сфере внутренней и внешней торговли. Торговый (1653) и Новоторговый (1667) уставы. Первые мануфактуры. Социальный статус их владельцев и характер привлечения рабочей силы. Восстановление утраченных в Смутное время позиций на международной арене. Расширение круга дипломатических партнеров Московского государства. Обострение ситуации в Речи Посполитой. Восстание под руководством Богдана Хмельницкого. Переяславская рада и решение о включении украинских земель в состав Российского государства. Русско-польская война. Андрусовское перемирие. Возвращение Смоленских и Северских земель в состав России, присоединение Левобережной Украины и Киева. Казацко-крестьянское восстание под руководством Степана Тимофеевича Разина. Патриарх Никон. Спор о взаимоотношениях «священства и царства». Церковная реформа и раскол Русской православной церкви. Старообрядчество. Эпоха Возрождения.</p>
<p>Тема 17 Россия в конце XVII–начале XVIII вв. Северная война</p>	<p>Царь Федор Алексеевич. Отмена местничества. Правление царевны Софьи. Князь В.В. Голицын. Борьба за власть в конце XVII века, стрелецкие бунты. Противостояние партий Софьи и Петра, причины «бескровной победы» Петра. Осознание Петром I объективной необходимости реформ, влияние на него Ф. Лефорта. Знакомство Петра I с трудами А.Л. Ордын-Нащокина и В.В. Голицына. Начало борьбы за выход к Черному морю. Азовские походы, взятие Азова. «Великое посольство». Реформы в дипломатической сфере. Организация постоянных посольств в зарубежных странах. Организация консульств. Изменение главного вектора внешней политики России на рубеже XVII и XVIII вв. Борьба за выход к Балтике — главная внешнеполитическая задача Петра I. Формирование антишведской коалиции. Шведское королевство на рубеже XVII–XVIII вв. Карл XII. Северная война 1700-1721 гг. Разгром российской армии под Нарвой, его причины и последствия. Военная реформа Петра I. Создание собственного военного производства и регулярной армии. Различие между регулярной и нерегулярной армией. Создание военного флота. Победы российской армии: взятие Нотебурга, Дерпта, Нарвы, Риги, основание Санкт-Петербурга. Битва при деревне Лесной. Полтавская битва и ее историческое значение. Неудачный Прутский поход 1711 г. Победы флота у мыса Гангут и острова Гренгам. Завершение Северной войны. Ништадтский мир и итоги войны.</p>
<p>Тема 18 Реформы Петра I</p>	<p>Становление и развитие абсолютистских государств в Европе и России. Перемены в структуре российского общества. Консолидация служилых чинов в единое дворянское сословие. Табель о рангах. Политика по отношению к купечеству и городу: расширение самоуправления и усиление налогового</p>

	<p>гнета («налоги в обмен на права»). Введение подушной подати и усиление крепостного права. Прекращение деятельности Боярской думы, образование Сената, возрастание его роли в системе центрального управления. Учреждение коллегий. Указ о единонаследии. Утверждение абсолютизма. Реформы местного управления. Новое административное деление государства. Сложный конгломерат наиболее влиятельных лиц в местном управлении (губернатор, воевода, губернский предводитель дворянства, губный староста). Расширение самоуправления в городах. Становление «регулярного» государства: система законов, регламентов и предписаний, бюрократизация чиновничьего аппарата. Органы контроля и надзора (открытый – прокуратура, тайный – фискалы). Государственное регулирование экономики. Таможенный тариф 1724 г. Протекционизм и меркантилизм. Создание Российской империи. Преобразования в области культуры и быта. Интенсивное развитие светской культуры. Активизация западноевропейских культурных заимствований. Появление светских праздников и развлечений. Развитие образования, создание условий для научных исследований и их начало. Создание светских учебных заведений, перевод научной литературы. Начало научного коллекционирования, указ о создании Академии наук. Церковная реформа. Ликвидация патриаршества и учреждение Святейшего синода (духовной коллегии). Прямое законодательное включение церкви в государственный аппарат управления. Последствия петровских преобразований. Итоги и значение модернизации, ее влияние на путь исторического развития Российского государства.</p>
<p>Тема 19 Начальный этап эпохи дворцовых переворотов</p>	<p>Предпосылки и основные факторы политической нестабильности в России после Петра I. Роль гвардии. Неопределенность в престолонаследии. Отсутствие завещания Петра I. Группировки внутри политической элиты в борьбе за власть. Противостояние «старой» и «новой» знати. Приверженцы различных ветвей правящей династии. Екатерина I. Фаворитизм, фактическое правление А.Д. Меншикова. Верховный Тайный совет. Политические приоритеты родовых кланов Долгоруких и Голицыных, проект государственного устройства Дмитрия Голицына. Политические приоритеты А.Д. Меншикова. Петр II. Отстранение и ссылка А.Д. Меншикова. Смерть Петра II. А.И. Остерман и его роль в дворцовых интригах. Анна Иоанновна и ее приход к власти («затейка верховников»). Попытка ограничения самодержавия («кондиции»), цели ее сторонников и причины провала. Уничтожение «кондиций». Анна Иоанновна – самодержавный монарх.</p>
<p>Тема 20 Правление Анны Иоанновны</p>	<p>Особенности характера и внутренней политики Анны Иоанновны. Расширение прав и привилегий дворянства. Отмена единонаследия, бессрочной службы дворянства. Создание дворянских (шляхетских) корпусов. Фактическая ликвидация Сената. Финансово-экономическая политика. Взимание экстраординарных налогов. «Выправление» недоимок. Курляндское дворянство, Бирон, вопрос о «немецком засилье». «Бироновщина» или «остермановщина»? Проект государственного устройства Артемия Вольнского. Деятельность Тайной канцелярии, юридический примат презумпции виновности («слово и дело»). «Дело Вольнского». Внешняя политика – крымские походы фельдмаршала Миниха, польский вопрос. Смерть Анны Иоанновны и династическая ситуация. Иван Антонович. Регентство Бирона, Анны Леопольдовны, роль А.И. Остермана. Общественная реакция на происходящее в стране. Подготовка и осуществление дворцового переворота Елизаветы Петровны.</p>
<p>Тема 21 Завершающий этап эпохи</p>	<p>Правление Елизаветы Петровны. Возрождение установлений Петра I, эволюция абсолютизма. Развитие государственного аппарата и его дальнейшая бюрократизация. Возвращение к петровской структуре высших органов власти. Укрепление позиций дворянства. Меры в сфере экономики –</p>

<p>дворцовых переворотов</p>	<p>распространение монополий, отмена внутренних торговых пошлин («Шуваловская реформа»), учреждение дворянского и купеческого банков, протекционизм во внешней торговле, налоговая политика. Внешняя политика. Семилетняя война – причины, ход, итоги. Возрастание роли Российской империи в европейской политике. М.В. Ломоносов, значение его деятельности в истории русской науки и просвещения. Вопрос о престолонаследии. Петр III и его венчание с ангальт-цербстской принцессой Софией Августой Фредерикой (Екатериной Алексеевной). Планы Елизаветы Петровны, связанные с этим союзом. Результаты кратковременного правления Петра III в сфере внутренней политики, «Манифест о вольности дворянской». Внешнеполитические акции Петра III. Недовольство его политикой в среде российского дворянства, армии, церкви. Дворцовый переворот 1762 г. и воцарение Екатерины II. Причины свержения Петра III.</p>
<p>Тема 22 «Просвещенный абсолютизм» и государственные реформы Екатерины II.</p>	<p>Просвещенный абсолютизм в Европе - теория и практика. Положение Екатерины II после прихода к власти. Особенности «просвещенного абсолютизма» в России. Характер и направленность реформ. Уложенная комиссия 1767-1769 гг.: цели созыва, результаты работы. Укрепление сословного строя. Положение дворянства: привилегии «благородного сословия» и политика правительства по укреплению роли дворянства в качестве господствующего сословия. «Жалованная грамота» дворянству и городам. Предоставление дворянству основных рычагов государственного управления (экономических, судебных, административных). Губернская реформа Екатерины II. Положение крестьянства и права владельцев крепостных крестьян. Вопрос о крепостном праве и положении крестьян в политике Екатерины II. Обострение социальных противоречий. Восстание под предводительством Емельяна Пугачева. Его причины, движущие силы. Экономическая политика правительства. Развитие промышленности и торговли в условиях сохранения крепостнического режима. Увлечение идеями А. Смита о свободе торговли, появление ассигнаций. Внешняя политика Екатерины II. Российская империя — одна из ведущих держав на международной арене. Продвижение России к Черному морю. Войны с Османской империей и их результаты. Новые военные концепции А. Суворова и Ф. Ушакова. Григорий Потемкин. Освоение Новороссии, заселение края, развитие сельского хозяйства и промышленности, строительство новых городов и портов, деятельность российской администрации. Политика России по отношению к Речи Посполитой. Участие в разделах Речи Посполитой. Отношение Екатерины II к революции во Франции. Участие России в антифранцузской коалиции.</p>
<p>Тема 23 Российская империя в конце XVIII–начале XIX вв.</p>	<p>Павел I – характер и политические приоритеты. Вопрос о непоследовательности и хаотичности его правления. Попытка укрепления самодержавия путем усиления личной власти императора, усиления полиции и бюрократии. Политика по отношению к дворянству, крестьянству, крепостному праву. Указ «о трехдневной барщине». Экономическая и таможенная политика. Устав о престолонаследии. Внешняя политика Павла I. Участие в коалициях против постреволюционной Франции. Итальянский и Швейцарский походы А.В. Суворова, их результаты и последствия. Взаимоотношения с Англией. Резкий поворот во внешней политике России и переход к союзу с Наполеоном Бонапартом. Дворцовый переворот 1801 г. Причины свержения Павла I. Александр I и его «блистательный век»: задуманное и осуществленное. «Негласный комитет» и «Непременный совет»: столкновение поколений в придворном окружении императора. Проекты реформ М.М. Сперанского и их реализация. Административные преобразования: учреждение министерств, реформа Государственного совета, рекрутирование нового чиновничества. Отечественные консерваторы и</p>

	реакционеры. Россия в системе международных отношений. Участие в антифранцузских коалициях. Поражения под Аустерлицем и Фридландом. Тильзитский мир и его последствия. Участие России в «континентальной блокаде».
Тема 24 Отечественная война 1812 г. и установление Венской политической системы	Отечественная война 1812 г.: причины и цели войны, характер военных действий. Стратегический план ведения войны. Попытка разгрома Наполеоном русских армий поодиночке и быстрого завершения войны. Бородинское сражение, его причины, ход, итоги и последствия для дальнейшего хода войны. Причины оставления Москвы. Тарутинский маневр М.И. Кутузова и положение на театре военных действий после его завершения. Значение битвы при Малоярославце. Стратегия русской армии на завершающем этапе войны. Битва на Березине, ее возможный более благоприятный исход. Вопрос о целесообразности заграничного похода русской армии. Влияние войны с Наполеоном на политическую и общественную жизнь страны. Заграничный поход русской армии, взятие Парижа. Венский конгресс и становление новой политической системы. Российская империя и новый расклад сил в Европе. Идеиные основания и политическая роль «Священного союза» монархов. Невыполнение членами «Священного союза» обязательств, данных на Венском конгрессе. Политическая реакция второй половины царствования Александра I. «Аракчеевщина», военные поселения. Психологический кризис Александра I, «Александровский мистицизм».
Тема 25 Россия во второй четверти XIX в.	Социальная эволюция российского общества: количественные и качественные показатели. Причины зарождения движения декабристов. Первые декабристские организации: состав, программные установки. Северное и Южное общества. «Конституция» Н.М. Муравьева и «Русская правда» П.И. Пестеля: два альтернативных осмысления будущего России. Смерть Александра I и династический кризис. Восстание на Сенатской площади. Радикально-консервативная часть российской элиты и его роль в восстании декабристов. Оценка восстания декабристов современниками и историками. Значение событий на Сенатской площади 14 декабря 1825 г. для последующего царствования Николая I. Николай I, его представления о власти и внутренняя политика. Бюрократическое реформаторство. Системное подавление новаций и демократических свобод (слова, печати, собраний). Уваровская триада как государственная идеология. Крестьянский вопрос в царствование Николая I. Экономическое развитие второй четверти XIX в. Дискуссия о кризисе крепостного хозяйства. Финансовые преобразования Е.Ф. Канкрин. Кодификация законодательства (Свод законов Российской империи). Русская общественная мысль второй четверти XIX в. Славянофильство и западничество. Поиск формулы национальной идентичности. Перемены во внешнеполитическом курсе во второй четверти XIX в. Россия и европейские революции. Эпоха 1848 г. («Весна народов»). Политика России в восточном вопросе. Крымская война. Парижский мирный договор.
Тема 26 Великие реформы в России в XIX веке	Великие реформы Александра II как модернизационный проект. Крестьянская реформа 1861 г.: причины, этапы подготовки, последствия. Характер выкупной операции. Крестьянская община в меняющейся России: ее значение в ходе проведения крестьянской реформы 1861 г. Введение земств. Судебные преобразования. Индустриализация и урбанизация. Развитие железнодорожной сети. Роль предпринимателей в развитии экономической и культурной жизни России второй половины XIX в. Появление рабочего вопроса в России. Новые акценты российской дипломатии: политика России в Средней Азии. Соперничество России и Великобритании. Взаимоотношения Российской империи с дальневосточными государствами (Китаем и Японией).

	<p>Внешняя политика и общественное мнение конца 1870-х гг. Русско-турецкая война (1877-1878). Берлинский конгресс: вынужденные уступки или дипломатическое поражение? Складывание революционной традиции в России. Русское народничество, «Земля и воля» 1860-х гг., хождение в народ. Революционный террор конца 1870 – начала 1880-х гг. Деятельность организации «Народная воля». Направления и эволюция народнической мысли: М.А. Бакунин, П.Л. Лавров, П.Н. Ткачев. «Нечаевщина». Попытки диалога власти и общества в 1878-1881 гг. Убийство народовольцами императора Александра II.</p>
<p>Тема 27 Проблемы и противоречия российской модернизации на рубеже XIX–XX вв.</p>	<p>Александр III. Контрреволюционные устремления правительственных кругов. Манифест о незыблемости самодержавия. Цензурная политика. Роль К.П. Победоносцева. Контрреформы Александра III. Экономический рост 1890-х гг.: причины и масштабы. С.Ю. Витте: реформы, финансовая и таможенная политика. Индустриализация и развитие капитализма в России. Первые марксистские кружки. Г.В. Плеханов. В.И. Ульянов (Ленин). Складывание Российской социал-демократической рабочей партии (РСДРП). Николай II и его восхождение на престол. Нарастание социально-экономических противоречий в условиях модернизации России и переход общества в оппозицию к самодержавию. В.К. Плеве и консервативно-охранительная линия. «Полицейский социализм» С.В. Зубатова. Зарождение политических организаций и партий в России. Характер и масштабы леворадикального движения. Второй съезд РСДРП: концепция партии нового типа. Нарастание политического кризиса. Экономический кризис 1903 г. Взаимоотношения России и Японии. Русско-японская война – причины и ход военных действий. Поражения в Манчжурии, падение Порт-Артура, Цусимская трагедия. Дипломатия графа С.Ю. Витте и Портсмутский мир.</p>
<p>Тема 28 Первая русская революция, ее особенности и последствия</p>	<p>Причины революции. "Собрание Санкт-Петербургских заводских рабочих» и Г.А. Гапон. «Кровавое воскресенье». Стратегия и тактика основных политических партий в революции. Специфика массового движения 1905 г. Манифест 17 октября 1905 г. и его последствия. Государственная Дума и первый опыт российского парламентаризма. Правительство С.Ю. Витте: план модернизации системы управления государством. Деятельность I Думы. Основные политические партии в Думе. Государственная Дума в системе центральной власти. II Государственная Дума и ее роспуск. Изменение избирательной системы и III Государственная Дума. Динамика изменений состава Государственной думы. П.А. Столыпин и его программа системных преобразований. Аграрная реформа Столыпина: замысел, механизмы осуществления, последствия. Землеустройство. Переселенческая политика. Реформы Столыпина в политическом контексте. Убийство П.А. Столыпина – его причины и заказчики. Результаты частичной реализации программы преобразований П.А. Столыпина. Дезорганизация Совета министров после кончины П.А. Столыпина. Избирательная кампания в IV Государственную думу: попытки правительства повлиять на ее исход и их неожиданный результат.</p>
<p>Тема 29 Первая мировая война, Февральская революция и Октябрьский переворот 1917 г.</p>	<p>Формирование блоковой системы международных отношений. «Балканский узел». Причины Первой мировой войны – политические, экономические, психологические. Начало Первой мировой войны и российское общественное мнение. Этапы военных действий на Восточном фронте. Восточно-Прусская операция. Галицийская битва. Битва на Марне. Расширение театра военных действий. Возрастание числа стран-участниц войны. Превращение войны в «тотальную войну» на истощение. Великое отступление 1915 г. Боевые действия 1916 г. Брусиловский прорыв. Битва при Вердене. Версальский мир 1918 г. Социальные последствия Мировой войны: массовая мобилизация, беженцы, дезертиры. Рост влияния общественных организаций.</p>

	<p>Прогрессивный блок. «Министерская чехарда» и глубокий кризис властных структур. Продовольственный кризис в Петрограде. Общественное ожидание революции. Отречение Николая II, свержение самодержавия и попытки выхода из политического кризиса. Двоевластие. Формы взаимодействия Петросовета и Временного правительства. Стратегия и тактика политических партий по отношению к Временному правительству и Петросовету. Основные направления политики Временного правительства и его кризисы. Причина слабости Временного правительства. Приход к власти А.Ф. Керенского и его деятельность. Развал фронта. Корниловский мятеж и его подавление. Нарастание экономических трудностей, радикализация широких народных масс, рост влияния большевиков. Свержение Временного правительства и захват власти большевиками в октябре 1917 г. Идеиные установки большевиков к 1917 году .</p>
<p>Тема 30 От октября 1917 г. к образованию СССР</p>	<p>Создание советской республики. Формирование новой государственности: СНК, ВСНХ и местные совнархозы. Значение «Декрета о мире» и «Декрета о земле». Созыв и разгон Учредительного собрания, установление диктатуры РКП(б). Брестский мир, его значение для большевиков и борьба вокруг его заключения. Создание ВЧК. Создание РККА, «военспецы». Основные фронты Гражданской войны. Состав, идеология «Белого движения» и его ключевые фигуры. Интервенция иностранных войск. Красный и белый террор. Причины поражения «Белого движения». Окончание крупномасштабной Гражданской войны в России и постепенный переход правительства большевиков к задачам мирного времени. Ошибки в решении национального вопроса. Образование СССР, создание первых советских социалистических республик. Политика «коренизации» и ее результаты. Вопрос о фактической степени централизации Советского Союза. Политика Военного коммунизма. Идеология и порядок формирования этой политики. Массовая национализация промышленности, продразверстка и продотряды. Карточное распределение, сокращение сферы обращения денег. Трудовые мобилизации и трудовые армии. Социально-политические и экономические результаты Военного коммунизма. Крестьянские восстания в Сибири, Поволжье, на Тамбовщине. Кронштадтское восстание. Кризис власти большевиков и переход к Новой экономической политике. Сущность государственной и рыночной экономики, возможности их синтеза. Важнейшие преобразования в рамках НЭПа. Переход от продразверстки к продналогу. Поощрение в сельской местности создания сельхозартелей. Разрешение в мелкой промышленности частно-коммерческих отношений. Объединение крупной государственной промышленности в хозрасчетные тресты и синдикаты. Стимулирование кооперации. Общее оздоровление хозяйственно-экономической системы.</p>
<p>Тема 31 Внутренняя политика СССР в 1920-х–1930-х гг.</p>	<p>Политическая борьба в СССР в 1920-е гг. Ликвидация небольшевистских партий и установление однопартийной политической системы. Смерть В.И. Ленина и борьба за «ленинское наследство». Л.Д. Троцкий против «триумvirата» И.В. Сталин – Л.Б. Каменев – Г.Е. Зиновьев. Поражение Троцкого. Раскол «триумvirата» и складывание «объединенной оппозиции». Победа И.В. Сталина и его сторонников над оппозицией. Противостояние «Генеральной линии» и «Левого уклона». Причины победы И.В. Сталина. Основные причины отказа от НЭПа в конце 1920-х гг. Политические процессы в СССР в 1930-х гг. Противостояние «Генеральной линии» и «Правой оппозиции». Завершение складывания механизма единоличной власти Сталина. Общее усиление идеологического контроля над обществом. «Московские процессы» 1936–1938 гг. «Большой террор» 1937–1938 гг. Причины постоянного проведения репрессий. «Великий перелом». Переход к политике форсированной индустриализации. Проблема поиска финансирования крупномасштабных индустриальных проектов. Опора на</p>

	<p>внутренние ресурсы. Формирование директивно-плановой экономики. Контроль над ротацией рабочей силы – введение трудовых книжек. Наиболее значимые стройки первых пятилеток. Переход к политике массовой коллективизации. «Раскулачивание» и создание системы МТС. Массовый голод в СССР в 1932–1933 гг. Фактическое «государственное закрепощение» крестьянства в СССР. «Трудодни» и роль личных подсобных хозяйств. Советский социум в 1930-е гг. Конституция 1936 г. и ее практическое значение. Культурная революция. Государственный контроль над сферой искусства. Создание творческих союзов.</p>
<p>Тема 32 Внешняя политика СССР в 1920-х–1930-х гг.</p>	<p>Складывание Версальско-Вашингтонской системы мироустройства. Отказ советского руководства от ставки на мировую революцию и переход к концепции сосуществования с капиталистическим окружением. Попытка Запада организовать экономическую и политическую блокаду СССР. Договор в Рапалло и «Полоса признаний». Коминтерн и сеть других международных прокоммунистических организаций, их роль в продвижении советских идей в мире, подготовка иностранных политических кадров в СССР. Вступление СССР в Лигу наций. «Великая депрессия» 1929–1933 гг. на Западе и поиск выхода из кризиса. Приход к власти в Италии и Германии фашистского и нацистского режимов. СССР и попытки создания системы коллективной безопасности в Европе. Агрессия Японии в Китае. Помощь СССР республиканской Испании и Китаю. Обострение международной ситуации в конце 1930-х гг. Вооруженные конфликты на Дальнем Востоке (Хасан, Халхин-Гол). Мюнхенская конференция 1938 г. и ее последствия. Поведение Польши на международной арене. Англо-франко-советские переговоры: ход, позиция сторон, причины неудачи. Советско-германский договор 1939 г. (пакт Риббентропа-Молотова) и секретные протоколы к нему. Споры вокруг его значения. Присоединение к СССР Западной Украины и Западной Белоруссии, а также Бессарабии и прибалтийских республик. Советско-финляндская война и ее уроки. Начало Второй мировой войны. Политические планы мировых лидеров, связанные с ней.</p>
<p>Тема 33 Великая Отечественная война 1941–1945 гг.</p>	<p>Нападение нацистской Германии на СССР. Боевые действия летом 1941 – зимой 1941-42 гг. Причины неудач Красной Армии в первый период войны. Массовый героизм советских воинов. Срыв плана «молниеносной войны». Создание ГКО, перестройка экономики страны на военный лад. Блокада Ленинграда. Победа под Москвой и ее значение. Попытки советских войск развернуть контрнаступление весной 1942 г. сразу на нескольких участках фронта. Причины провала этих наступательных операций («Барвенковский котел»). Резкое ухудшение ситуации на фронтах. Нацистский оккупационный режим. Генеральный план «Ост». Контакты украинских и прибалтийских националистов с нацистами. Массовые преступления гитлеровцев и коллаборантов на оккупированной территории СССР. Сталинградская битва – коренной перелом во Второй мировой войне. Курская битва – завершение коренного перелома. Окончательный переход стратегической инициативы к Красной армии. Партизанское движение. Окончательное освобождение территории СССР и освободительный поход в Восточную и Центральную Европу. СССР и союзники, формирование и деятельность антигитлеровской коалиции. Проблема открытия «второго фронта» в Европе. Берлинская операция и капитуляция Германии. Ключевая роль СССР в разгроме Японии. Атомная бомбардировка США японских городов. Капитуляция Японии. Завершение Второй мировой войны. Тегеранская, Ялтинская и Потсдамская конференции. Формирование основ ялтинско-потсдамского послевоенного мироустройства. Создание ООН. Устав Совета безопасности ООН и наличие ядерного оружия как гарантии недопущения глобальной войны. Итоги и</p>

	политические последствия Великой Отечественной и Второй мировой войны. Решающий вклад СССР в победу антигитлеровской коалиции.
Тема 34 Преодоление последствий войны. СССР в конце 1940-х – первой половине 1960-х гг.	Надежды в советском обществе на либерализацию политического режима. Укрепление тоталитаризма в СССР. Политические и идеологические кампании. Новый виток массовых репрессий («Борьба с космополитизмом», «Ленинградское дело», «Дело врачей»). Нарастание деформаций в социальной, политической и культурной жизни страны. Восстановление народного хозяйства страны: источники и темпы. Необходимость нового технологического рывка в свете военно-технического противостояния с Западом. «Атомный проект», создание советской ядерной и термоядерной бомбы. Переход к турбореактивному самолетостроению, развитие ракетостроения. Крупнейшие стройки десятилетия. Послевоенная деревня: трудности и проблемы сельского хозяйства. Денежная реформа и отмена карточной системы. Голод 1946–1947 гг. Смерть И.В. Сталина и версии ее причины. Борьба за власть в Политбюро, основные группировки. Политика Л.П. Берии и его арест. Причины, обусловившие победу Н.С. Хрущева. Начало «холодной войны» и формирование биполярного мира. Столкновение интересов СССР и стран Запада по вопросам послевоенного урегулирования в Европе, Азии и на Ближнем Востоке. СССР и война в Корее. Усиление политико-идеологического диктата СССР в странах Восточной Европы. Раскол Германии. Создание противоборствующих военно-политических блоков (НАТО – ОВД) как закрепление тенденции к конфронтации в отношениях Восток – Запад.
Тема 35 СССР во второй половине 1960-х – первой половине 1980-х гг.	«Хрущевская оттепель». Отказ от политики массовых репрессий, реабилитация жертв репрессий. Реабилитация нацистских коллаборантов в 1955 г. XX съезд КПСС и его значение. Экономические и политические проблемы: десталинизация и попытки реформ. Начало формирования слоя несменяемых руководителей. Сокращение армии. Успехи в освоении космоса. Создание совнархозов. Освоение целины. Обострение продовольственных трудностей. Мероприятия в аграрной области. Противоречия в аграрной политике. Непоследовательность, волюнтаризм и субъективизм в реформировании. Глобальное ракетно-ядерное противостояние сверхдержав – новая стратегия достижения баланса сил в мире. Берлинский и Карибский кризисы. Изменения в общественных настроениях. Появление диссидентского движения. Причины отстранения Хрущева от власти. Приход к власти Л.И. Брежнева. «Косыгинские реформы» и их прекращение. Нарастание застойных явлений в советском обществе в 1970-х гг. Диспропорции в экономике: отставание сельского хозяйства, преобладание «производства средств производства» в промышленности, «корректировка планов». Падение темпов экономического развития. Концепция «развитого социализма» и реалии советского общества. Рост «теневой экономики», резкое обострение проблемы товарного дефицита. Увеличение привилегий номенклатуры к началу 1980-х гг., старение Политбюро. Общественные настроения и критика власти. Безуспешные попытки преодоления кризисных явлений. Ю.В. Андропов, К.У. Черненко. Политика «разрядки» международной напряженности в конце 1960-х – 1970-е гг.: ее достижения и противоречия. Ограничение стратегических наступательных вооружений (ОСВ-1, ОСВ-2). Причины рецидива холодной войны в конце 1970-х гг. Афганская война.
Тема 36 Россия в конце XX – первой четверти XXI вв.: смена	Попытки реформирования СССР во второй половине 1980-х гг. М.С. Горбачев. Формирование идеологии нового курса: «ускорение», «гласность», «перестройка». Экономическая реформа: кооперативы и государственные предприятия с выборными директорами, ее результаты и причины, обусловившие столь негативные итоги. «Парад суверенитетов» — причины и следствия. Обострение межнациональных конфликтов (Карабах, Баку,

нескольких моделей экономическ ого и общественно - политическо го развития	<p>Тбилиси и др.). Путч ГКЧП, учреждение Содружества Независимых Государств и роспуск СССР. Непосредственные и долгосрочные последствия распада СССР. Внешняя политика периода «перестройки». Роспуск ОВД и СЭВ. Поэтапная сдача руководством СССР практически всех внешнеполитических позиций. Объединение Германии и вопрос о расширении НАТО на восток. «Бархатные революции» в Восточной Европе. Окончание «холодной войны». Б.Н. Ельцин. Конституционный кризис в России 1993 г. и демонтаж системы власти Советов. Конституция РФ 1993 г. Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации. Сокращение промышленного производства: причины и последствия. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 1990-х годов. Приватизация и ее последствия. Методы формирования рыночной экономики в промышленности и сельском хозяйстве. Нарастание структурного кризиса в России. Затяжной финансовый кризис и дефолт. Кризис в развитии социальной сферы. Войны в Чечне. Разгул криминалитета. Расслоение российского общества. В.В. Путин, приоритеты нового руководства страны. Укрепление государственности, восстановление в Чечне конституционного порядка. Разграничение властных полномочий федерального центра и регионов, приведение местного законодательства в соответствие с федеральным. Рост устойчивости политической системы России. Общие результаты социально-экономического развития РФ в 2000-2022 гг. Отход России от односторонней ориентации на страны Запада, ставка на многовекторную внешнюю политику. Вступление РФ в ШОС и БРИКС. Феномен «цветных революций» в мире и на постсоветском пространстве. Россия и «оранжевая революция» 2004 г. на Украине. Нападение Грузии на Южную Осетию и российских миротворцев в 2008 г. Государственный переворот 2014 г. на Украине и его последствия. Воссоединение Крыма и Севастополя с Россией, создание ЛНР и ДНР. «Минские соглашения» и их судьба. Нарастание напряженности во взаимоотношениях с США и их европейскими союзниками. Успешная деятельность российского воинского контингента в Сирии. Вооруженные провокации и подготовка украинским режимом силового захвата республик Донбасса. Официальное признание ЛНР и ДНР Россией. Начало специальной военной операции на Украине. Санкционное давление стран Запада на Россию, попытки ее изоляции от остального мира.</p>
---	--

Название дисциплины	Количественные методы исследований в маркетинге
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в организации и проведении количественных маркетинговых исследований, в том числе в цифровой среде, знаний статистических методов обработки и интерпретации вторичных и первичных маркетинговых данных, умений анализировать полученную в ходе исследований информацию, а также применять результаты исследований для маркетингового обеспечения управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Методология количественного маркетингового	Опрос как метод маркетинговых исследований: преимущества и недостатки. Типовые цели количественных исследований: отличие от качественных исследований. Взаимосвязь практико-ориентированной проблемы и постановки задач, способствующих ее эффективному решению. Этапы методологии количественного маркетингового исследования. Постановка гипотез, выявление зависимых и независимых переменных, шкалирование и кодирование данных. Проблемы измерения переменных в количественных

исследования.	исследованиях. Надежность, валидность и достоверность измерения. Латентные переменные. Разработка анкеты для проведения количественного исследования. Описание генеральной совокупности исследования: границы и ключевые характеристики. Описание и расчет размера выборки. Репрезентативность выборки. Подходы и методы формирования выборки. Концептуальная модель исследования. Классификация методов статистического анализа данных. Обоснование валидных методов анализа данных исходя из особенностей решаемой маркетинговой задачи. Ограничения исследования.
Тема 2 Подготовка данных для анализа и первичное описание данных.	Основные типы количественных данных. Базовые понятия количественного анализа данных. Понятие статистической гипотезы. Нулевая и альтернативная гипотезы. Ошибка I и II рода. Уровень значимости статистического критерия. Обработка первичных данных. Очистка данных и идентификация выбросов. Описание данных. Первичный анализ данных: Графическое представление данных. Описательная статистика. Выбор описательных статистик в зависимости от типа переменной. Нормальность распределения.
Тема 3 Таблицы сопряженности признаков.	Примеры маркетинговых задач, решаемых с помощью метода построения таблиц сопряженности. Критерий Хи-квадрат и его значимость. Особенности построения таблиц сопряженности в различном программном обеспечении.
Тема 4 Корреляционный-регрессионный анализ данных.	Типы связи (зависимости). Корреляционный анализ: коэффициенты корреляции. Значимость корреляции. Корреляционная матрица. Частные корреляции. Порядок проведения корреляционного анализа. Регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях. Линейная регрессия. Парный и множественный регрессионный анализ. Значимые критерии: коэффициент детерминации, уровень значимости регрессионной модели, стандартизированные и нестандартизированные коэффициенты регрессии. Уравнение регрессии. Порядок проведения регрессионного анализа. Проблемы, возникающие при построении регрессионных моделей. Прогнозирование как основная задача корреляционно-регрессионного анализа данных.
Тема 5 Дисперсионный анализ данных.	Понятие дисперсии. Виды дисперсионного анализа. Однофакторный дисперсионный анализ. Примеры задач, решаемых с помощью дисперсионного анализа. F-критерий Фишера. Критерий однородности дисперсий. Алгоритм проведения дисперсионного анализа. Многофакторный дисперсионный анализ: особенности формулировки гипотез, методика проведения, интерпретация результатов.
Тема 6 Дискриминантный анализ данных.	Задачи, решаемые с помощью применения дискриминантного анализа. Алгоритм проведения дискриминантного анализа. Критерий Лямбда Уилкса и оценка качества модели. Составление классифицирующей функции и проверка ее качества. Ограничения использования. Прогнозирование с помощью дискриминантного анализа.
Тема 7 Факторный анализ.	Роль факторного анализа в маркетинговых исследованиях. Процедура проведения факторного анализа: основные этапы. Извлечение факторов. Вращение факторов. Интерпретация факторов. Метод главных компонент. Связь факторного анализа и корреляционного анализа.
Тема 8 Кластерный анализ.	Роль кластерного анализа в маркетинговых исследованиях. Процедура проведения кластерного анализа: основные этапы. Стандартизация переменных. Построение дендрограмм и их интерпретация. Связь кластерного анализа и факторного анализа.

Название дисциплины	Логистика
Кафедра	Кафедра логистики и управления цепями поставок
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся компетенций применения инструментария логистики и разработки обоснованных организационно-управленческих решений для повышения эффективности и конкурентоспособности компаний на рынке.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в логистику.	История возникновения логистики. Содержание понятия логистики. Характеристика этапов развития логистики. Место логистики в современной экономике.
Тема 2 Логистический подход к организации бизнеса.	Цель и задачи логистики. Объекты управления и предмет исследований в логистике. Понятие потоков, их виды и классификация, параметры потоков. Логистика как наука об управлении потоками. Запасы как частный случай материальных потоков. Роль запасов. Виды запасов, их специфические свойства. Движение запасов. Основные принципы логистики. Концепция «совокупных затрат» в логистике. Логистическая стратегия развития бизнеса.
Тема 3 Логистические процессы.	Логистические процессы и их характеристика. Логистическая операция и логистическая функция – основные понятия и категории логистики. Классификация логистических операций и функций. Общая характеристика логистических операций и функций. Факторы, определяющие состав и структуру логистических операций и функций. Функциональные области логистики.
Тема 4 Логистические системы.	Понятие системы, совокупность ее свойств. Понятие логистической системы. Основные признаки классификации систем. Декомпозиция логистических систем. Логистические цепи и логистические сети. Виды логистических систем: мега-, макро-, мезо-, микрологистические системы. Принципы построения логистических систем. Характеристика микрологистических систем. Особенности мезологистических систем. Макрологистические системы, их иерархия, задачи, решаемые в ходе построения и управления макрологистическими системами. Мегалогистические системы (глобальные логистические системы).
Тема 5 Основные логистические технологии.	Понятие логистической технологии. Эволюция бизнес-приоритетов компаний и развитие логистических технологий. Базовые компоненты микрологистических систем. Общая характеристика логистических технологий. Направления развития логистических технологий в условиях цифровой трансформации.
Тема 6 Методы решения логистических задач.	Система методов решения логистических задач. Расчет оптимального (экономичного) размера заказа (объема поставки). Использование методов деления объектов: ABC- и XYZ-анализ в логистике. Задачи теории массового обслуживания. Определение месторасположения логистического объекта. Выбор варианта и маршрута доставки.
Тема 7 Логистический менеджмент компании.	Интегрирующая роль логистики в компании. Функциональная связь логистики со сферами бизнеса. Подходы к организации логистической службы. Задачи логистических служб компании. Функции менеджера по логистике и управлению цепями поставок.
Тема 8 Эффективность логистической	Направления логистической деятельности и оценка их результатов. Логистические издержки: состав, структура и пути их снижения. Показатели эффективности логистического управления. Система сбалансированных показателей в логистике. Система KPI логистики.

деятельности	
--------------	--

Название дисциплины	Макроэкономика
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель освоения дисциплины	Сформировать у студентов целостное представление о механизме функционирования национальной экономики рыночного типа, базовых макроэкономических проблемах и подходах к их анализу с позиций основных макроэкономических школ и направлений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Предмет и метод макроэкономических исследований.	Соотношение и взаимосвязь предмета экономической теории и макроэкономики. Роль микроэкономической теории в макроэкономических исследованиях. Исторические корни становления макроэкономики. Ключевые проблемы макроэкономики. Основные школы и направления современной макроэкономической теории. Макроэкономика как теоретическая основа разработки экономической политики государства. Методология и инструментарий макроэкономических исследований. Общенаучные и специфические методы. Позитивный и нормативный анализ. Ожидания в макроэкономике. Основные концепции и модели формирования ожиданий. Основные типы макроэкономических моделей.
Тема 2 Система макроэкономических взаимосвязей в национальной экономике.	Основные макроэкономические субъекты: мотивация поведения и функциональная роль в экономике. Планы и решения экономических субъектов. Принцип рациональности при принятии решений. Модель кругооборота доходов и расходов как инструмент анализа системы связей между макроэкономическими субъектами. Деньги в модели кругооборота. Роль государства в системе макроэкономических взаимосвязей. Функции иностранного сектора в процессе кругооборота. Основные макроэкономические тождества и их значение для макроэкономического анализа. Равновесие кругооборота. Идентификация равновесных и неравновесных систем в модели кругооборота. Способы приспособления к равновесию и их экономические последствия.
Тема 3 Потребительские и инвестиционные решения частного сектора экономики.	Макроэкономическая трактовка сущности потребительского выбора. Влияние потребительских решений на функционирование национальной экономики в краткосрочном и долгосрочном периодах. Оптимизация потребительского выбора на макроуровне. Факторы, определяющие потребление и сбережения. Характер влияния изменения дохода, накопленного богатства и реальной процентной ставки на величину потребительских расходов. Потребительские решения при экзогенном формировании дохода. Кейнсианские функции потребления и сбережений. Противоречия потребления. Потребительский выбор в условиях рациионирования кредита. Активные и пассивные ограничения по заимствованию. Модификация функций потребления и сбережений при рациионировании кредита. Потребительские решения при эндогенном формировании дохода. Неоклассические функции потребления и сбережений. Экономическое содержание процесса инвестирования. Влияние инвестиционных расходов на функционирование национальной экономики в краткосрочном и долгосрочном периодах. Виды инвестиций Мотивы предпринимательских инвестиционных решений. Способы финансирования инвестиций. Принцип акселератора инвестиционного процесса. Функция индуцированных инвестиций. Теория автономных инвестиций: кейнсианский и неоклассический подходы. Кривая инвестиционного спроса. Факторы, определяющие эластичность и сдвиги кривой инвестиционного спроса. Инвестиционные решения в условиях рациионирования кредита. Причины

	возникновения ограничений по заимствованию и их влияние на величину инвестиций.
Тема 4 . Рынок товаров и услуг.	Макроэкономическая характеристика и структура рынка товаров и услуг. Особенности функционирования рынка товаров и услуг в краткосрочном и долгосрочном периодах. Механизм функционирования рынка товаров и услуг при фиксированных ценах. Модель «доходы-расходы». Макроэкономическое равновесие и мультипликационный эффект в модели «доходы-расходы». Парадокс бережливости. Факторы, определяющие совокупный спрос. Кривая совокупного спроса и предпосылки ее построения. Сравнительный анализ теоретических подходов к обоснованию вида кривой совокупного спроса. Эластичность кривой совокупного спроса. Характер влияния неценовых факторов на сдвиги кривой совокупного спроса. Предпосылки построения краткосрочной и долгосрочной кривых совокупного предложения. Теоретические подходы к обоснованию вида краткосрочной кривой совокупного предложения. Факторы, определяющие эластичность краткосрочной кривой совокупного предложения. Краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие в модели «совокупный спрос - совокупное предложение». Реакция макроэкономических субъектов на нарушение равновесия. Механизм восстановления краткосрочного и долгосрочного равновесия при изменении совокупного спроса.
Тема 5 Рынок финансовых активов.	Место рынка финансовых активов в системе национальных рынков. Макроэкономическая структура финансовых активов. Функциональное назначение рынков денег и ценных бумаг. Номинальная процентная ставка как альтернативная стоимость денег. Синхронность формирования равновесия на рынках денег и ценных бумаг. Понятие спроса на деньги. Реальный и номинальный спрос на деньги. Мотивы, определяющие спрос на деньги. Реальный доход и номинальная процентная ставка как факторы, определяющие спрос на деньги. Функция и кривая спроса на деньги. Альтернативные теории спроса на деньги: неоклассическая и кейнсианская. Функция предложения денег. Инструменты регулирования предложения денег. Денежная масса и процентная ставка как объекты регулирования. Тактические цели денежно-кредитной политики и виды кривой предложения денег. Равновесие денежного рынка и механизм его установления. Ценообразование на рынке ценных бумаг. Специфика формирования цен акций и облигаций. Текущая и ожидаемая цена облигации. Цена срочной облигации. Факторы, влияющие на динамику текущей цены срочной облигации. Цена консоли Цена акции и факторы, определяющие ее текущий курс.
Тема 6 Взаимодейст вие рынка товаров и услуг и рынка финансовых активов.	Методологические основы исследования взаимосвязи рынка товаров и услуг и рынка финансовых активов. Понятие совместного равновесия. Теоретическое обоснование построения кривых IS и LM. Зависимость вида кривой IS от функции инвестиционного спроса. Зависимость вида кривой LM от вида кривых спроса на деньги и предложения денег. Модель IS-LM с фиксированными ценами. Понятие эффективного спроса. Механизм установления совместного равновесия на рынках благ и финансовых активов. Анализ экономических колебаний на основе модели IS-LM с фиксированными ценами. Классификация факторов, определяющих колебания экономической активности. Экономические последствия сдвига кривой IS. Экономические последствия сдвига кривой LM. Возможности использования политических мер для нейтрализации последствий, вызванных эндогенными факторами сдвигов кривых IS и LM. Построение кривой совокупного спроса на основе модели IS-LM. Факторы, определяющие эластичность совокупного спроса. Модель IS-LM с гибкими ценами. Механизм достижения совместного равновесия в условиях гибких цен. Стабилизирующее и дестабилизирующее

	воздействие дефляции на реальный объем национального производства и уровень занятости в экономике. Ликвидная и инвестиционные ловушки в модели IS-LM.
Тема 7 Рынок труда.	Рынок труда и его структура. Роль рынка в формировании занятости населения. Условия функционирования рынка труда в долгосрочном периоде. Особенности функционирования рынка труда в краткосрочном периоде. Факторы, определяющие жесткость номинальной и реальной заработной платы. Неоклассическая модель функционирования рынка труда в долгосрочном периоде. Кривая совокупного предложения труда. Предельная производительность труда и кривая спроса на труд. Факторы сдвига кривой. Механизм установления долгосрочного равновесия на рынке труда. Неоклассическая трактовка факторов, обуславливающих устойчивое нарушение равновесия на рынке труда. Кейнсианская модель функционирования рынка труда в краткосрочном периоде. Кривая предложения труда при стабильной ставке номинальной заработной платы. Факторы, определяющие сдвиги кривой предложения труда. Роль эффективного спроса и предельной производительности труда в формировании спроса на труд. Кривая спроса на труд и факторы, определяющие ее сдвиги. Особенности кейнсианской трактовки механизма установления равновесия на рынке труда и причин, определяющих устойчивость безработицы. Влияние снижения ставки номинальной заработной платы и роста уровня цен на изменение уровня конъюнктурной безработицы.
Тема 8 Механизм функционирования системы национальных рынков. Теоретическое представление модели общего экономического равновесия.	Понятие общего макроэкономического равновесия (ОМР) и его значение для анализа функционирования национальной экономики. Взаимозависимость национальных рынков. Закон Вальраса. Общее макроэкономическое равновесие в долгосрочном периоде. Специфика механизма взаимодействия национальных рынков в процессе установления равновесия. Ключевая роль рынка труда. Классическая дихотомия. Неоклассический вариант модели ОМР: логика построения, экономико-математическое и графическое представление. Выводы для политики. Общее макроэкономическое равновесие в краткосрочном периоде. Особенности кейнсианской трактовки механизма взаимодействия национальных рынков. Определяющая роль рынков благ и финансовых активов. Преодоление классической дихотомии. Кейнсианский вариант модели ОМР. Логика построения, экономико-математическое и графическое представление модели ОМР. Выводы для политики. Сравнительный анализ неоклассической и кейнсианской моделей ОМР. Общее макроэкономическое равновесие в концепции неоклассического синтеза. Особенности трактовки механизма взаимодействия национальных рынков. Теоретические предпосылки и логика построения синтезированного варианта модели ОМР. Экономико-математическое и графическое представление модели. Выводы для политики.
Тема 9 Макроэкономическая нестабильность.	Динамическая модель AD-AS как инструмент анализа инфляционных процессов в экономике. Динамические функции совокупного предложения в краткосрочном и долгосрочном периодах. Динамическая функция совокупного спроса. Факторы сдвига графика динамических кривых совокупного предложения и совокупного спроса. Долгосрочное и краткосрочное равновесие в динамической модели AD-AS. Анализ механизма развития инфляции спроса с помощью динамической модели AD-AS. Развитие инфляции при монетарном импульсе. Особенности развития инфляции при фискальном импульсе. Антиинфляционная политика государства. Активная и адаптивная антиинфляционная политика. Методы и инструменты антиинфляционной политики. Особенности детерминистского и стохастического подходов к объяснению экономического цикла. Эндогенные

	<p>и эндогенные теории цикла. Детерминистские модели цикла. Модель Самуэльсона-Хикса. Факторы, определяющие характер экономической динамики и устойчивость динамического равновесия в долгосрочном периоде. Классификация типов экономической динамики. Модификация модели Самуэльсона-Хикса с учетом денежного рынка (Модель Т. Тевеса). Воздействие денежного сектора на параметры, определяющие характер экономической динамики. Модель Н. Калдора как пример эндогенного подхода к объяснению экономического цикла. Модель реального делового цикла как пример стохастического подхода к теории цикла. Особенности развития современного экономического цикла. Антициклическая политика государства. Устойчивость и неустойчивость динамического равновесия. «Золотое правило» накопления и оптимальная норма сбережений. Понятия динамически эффективной и динамически неэффективной экономики. Дилемма государственной политики регулирования экономического роста в динамически эффективной экономике.</p>
<p>Тема 10 Макроэкономическая политика: цели, инструменты, механизм реализации.</p>	<p>искальная политика государства и ее виды. Классификация целей и инструментов фискальной политики. Мультипликаторы государственных расходов и налоговые мультипликаторы при фиксированных ценах. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Воздействие изменения процентных ставок на результативность фискальной политики. Модификация мультипликаторов фискальной политики с учетом эффекта процентной ставки. Влияние показателей эластичности спроса на деньги и инвестиционного спроса на величину мультипликаторов. Модификация мультипликаторов фискальной политики при изменении уровня цен. Прямые и косвенные последствия фискальной политики. Условия возникновения и количественная оценка эффекта вытеснения частных инвестиций. Особенности изменения реальных и номинальных показателей в краткосрочном и долгосрочном периодах. Иерархическая структура целей и задач денежно-кредитной политики. Виды денежно-кредитной политики. Кейнсианская и монетаристская трактовки трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Мультипликатор денежно-кредитной политики. Влияние показателей эластичности спроса на деньги и инвестиционного спроса на величину мультипликатора денежно-кредитной политики. Модификация мультипликатора денежно-кредитной политики в условиях гибких цен. Характер изменения реальных и номинальных показателей в краткосрочном и долгосрочном периодах. Сравнительная эффективность денежно-кредитной и фискальной политики в краткосрочном периоде: кейнсианский и монетаристский подходы. Комбинированная политика как способ сочетания фискальной и денежно-кредитной политики. Условия, определяющие целесообразность проведения комбинированной политики. Цели и инструменты политики. Пределы управления совокупным спросом. Сущность и особенности политики предложения. Цели и инструменты политики. Характеристика макроэкономических последствий политики предложения с помощью модели AD-AS. Динамика реальных и номинальных показателей при сочетании политики предложения с политикой, направленной на стимулирование совокупного спроса.</p>
<p>Тема 11 Национальная экономика в системе мирового хозяйства.</p>	<p>Номинальный и реальный валютный курс. Факторы, определяющие динамику реального валютного курса. Механизм установления равновесного валютного курса в краткосрочном и долгосрочном периодах. Режимы валютного курса. Процентный паритет и паритет покупательной способности. Платежный баланс страны и его макроэкономическое назначение. Статьи и счета платежного баланса. Дефицит, профицит и равновесие платежного баланса. Способы восстановления равновесия платежного баланса при плавающем и фиксированном валютном курсе. Причины возникновения кризиса платежного</p>

	баланса. Монетарный подход к платежному балансу. Внутреннее и внешнее равновесие как цели стабилизации в открытой экономике. Типы неравновесных состояний. Дилемма стабилизационной политики при фиксированном валютном курсе. Сравнительная эффективность фискальной и денежно-кредитной политики в малой открытой экономике с разными режимами валютного курса.
--	---

Название дисциплины	Маркетинг
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов системных представлений о маркетинговой деятельности предприятий и организаций в условиях конкурентной борьбы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Маркетинг и общество. Концепции маркетинга, типы маркетинга.	Концепции маркетинга: исторические и современные. Сущность современного маркетинга. Цель, объекты, принципы, тенденции развития маркетинга. Функции и процесс маркетинга. Виды маркетинга. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса.
Тема 2 Маркетинговые исследования. Анализ маркетинговой среды.	Маркетинговая информационная система. Цели и объекты маркетинговых исследований. Процедура маркетинговых исследований. Источники информации для маркетинговых исследований. Методы сбора информации, их преимущества и недостатки. Современные технологии проведения маркетинговых исследований. Классификация маркетинговой среды. Инструменты анализа маркетинговой среды: анализ пяти конкурентных сил М. Портера, PEST-анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ.
Тема 3 Маркетинговый стратегический анализ. Выбор целевого рынка.	Этапы стратегического маркетингового анализа. Сегментация рынка. Критерии сегментации. Таргетирование: выбор целевого рынка. Позиционирование. Процесс и стратегии позиционирования. Стратегии роста И. Ансоффа, конкурентные стратегии М. Портера, стратегии формирования первичного и избирательного спроса. Матрица BCG, матрица Маккинзи.
Тема 4 Товарная политика.	Мультиатрибутивная модель, уровни товара по Котлеру и Левиту. Современные модели потребительской ценности. Классификация товаров. Конкурентоспособность товара и методы ее оценки. Взаимосвязь конкурентоспособности товара и удовлетворенности потребителя. Жизненный цикл товара, характеристика стадий жизненного цикла товара и соответствующие им маркетинговые стратегии. Понятие и структура товарного микса. Ассортимент и номенклатура. Товарная линия. Длина, ширина, глубина товарной линии. Товарные стратегии.
Тема 5 Ценовая и сбытовая политики.	Основные решения ценовой политики. Методы ценообразования. Эластичность спроса по цене. Ценовая дискриминация. Психологические ценовые стратегии. Основные решения сбытовой политики. Характеристики канала сбыта. Типы распределения. Организационные структуры сбыта.
Тема 6 Коммуникативная политика.	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Инструменты маркетинговых коммуникаций. Понятие и каналы рекламы. Digital-коммуникации, современные методы маркетинговых коммуникаций. Формирование рекламного обращения. Медиаплан. Методы установления бюджета на маркетинговые коммуникации.

Тема 7 Управление маркетингом и оценка эффективности маркетинговой деятельности	Управление маркетингом: планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности. Коммуникативная и экономическая эффективность, система показателей оценки эффективности. Маркетинговый мониторинг. Маркетинговый аудит.
--	--

Название дисциплины	Маркетинг в отраслях и сферах
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов комплекса знаний и навыков, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных стратегий, методов, средств и инструментов маркетинга для формирования и воспроизводства спроса на товары и услуги в отраслях народного хозяйства и сферах деятельности с учетом специфики продукта и особенностей отраслевых рынков, в том числе на цифровых маркетинговых платформах.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Классификация отраслевых рынков и сфер хозяйственной деятельности	Понятие отрасли, понятие вида деятельности. Базовые параметры для анализа и классификации отраслей. Классификация секторов и отраслей современной экономики. Подходы к классификации маркетинга по отраслям и сферам деятельности.
Тема 2 Тенденции и особенности развития современных рынков.	Понятие технологического уклада. Эволюция технологических укладов. Особенности развития отраслей и сфер в эпоху цифровой трансформации. Типы современных бизнес-моделей. Инструменты современного маркетинга.
Тема 3 Потребительский маркетинг. Понятие маркетинга B2C.	Маркетинг на B2C рынках. Тренды потребительского поведения. Модели потребления на B2C рынках. Управление потребительской вовлеченностью и совместное создание ценности. Бизнес модели на B2C рынках.
Тема 4 Промышленный маркетинг. Понятие маркетинга B2B.	Структура B2B рынка. Основные группы участников рынка. Бизнес модели на B2B рынках. Особенности поведения организаций - потребителей на B2B рынке. Особенности процесса закупок на B2B-рынке. Сущность и структура делового продукта. Метод взаимодействия на B2B рынках.

Тема 5 Маркетинг товаров производстве нно- технического назначения.	Особенности маркетинга ППТН. Типология ППТН. Спрос на ППТН. Сетевые исследования промышленных рынков. Анализ степени структурированности рынка. Стратегический промышленный маркетинг.
Тема 6 Маркетинг в сфере обращения.	Маркетинг в оптовой и розничной торговле. Поток в маркетинговых каналах. Типы бизнес моделей в сфере обращения. Эффективность торговых сетей. Бизнес модели в сфере обращения.

Название дисциплины	Маркетинг в социальных сетях
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие и основные характерист ики социальных медиа (СМ).	Феномен популярности и история развития социальных сетей и других социальных медиа. Понятие и ключевые признаки СМ. Общая характеристика пользователей СМ. Особенности восприятия информации и принципы коммуникации в СМ. Характеристика основных социальных медиа: архитектура, пользователи. Социальные сети. Нишевые и профессиональные социальные сети. Блоги и микроблоги. Сервисы для публикации и обмена информацией: видео, фото, тексты. Форумы. Геолокационные сервисы.
Тема 2 Общая характерист ика маркетинга в социальных медиа (СММ).	Основные задачи и направления использования СММ. Принципы и отличительные особенности СММ. Социальные сети и социальные медиа: сходства и различия. Место СММ в структуре инструментов интернет-маркетинга. Интернет-представительства компаний. Ограничения СММ. Интеграция СММ в маркетинговую деятельность компании. Планирование маркетинговой кампании в СМ.
Тема 3 Маркетингов ые исследовани я в СМ.	Мониторинг и веб-аналитика в СМ. Использование общедоступных и коммерческих сервисов. СМ в проведении качественных маркетинговых исследований. Семантическое ядро и его роль в СММ.
Тема 4 Рекламные технологии в СМ.	Таргетированная реклама: подбор целевой аудитории, настройка рекламных объявлений, оценка бюджета. Сходства и различия с контекстной рекламой. Технологии ретаргетинга.
Тема 5 Инструмент ы привлечения и удержания клиентов.	Контент-стратегия: создание и продвижение собственного контента, использование популярного контента. Создание и управление сообществом. Оформление сообщества. Партнерский маркетинг. Организация вирусных конкурсов.
Тема 6 Управление	Блоги и блогосфера в формировании репутации. Анализ новостной повестки. Работа с лидерами мнений. Слухи в формировании репутации, управление

репутацией в СМ.	слухами. Работа с негативной информацией (естественной и целенаправленной).
Тема 7 Генерирование инноваций в СМ.	Инновации через вовлечение пользователей СМ в цепочку создания ценности компании. Краудсорсинг. Поиск идей с помощью интернет-форумов, групп в социальных сетях и интернет-сообществ. Предпосылки и риски интерактивного инновационного маркетинга.
Тема 8 Оценка эффективности СММ.	Методы оценки эффективности СММ. Ключевые метрики и показатели СММ. Воронка продаж в СММ. Формирование отчета.

Название дисциплины	Маркетинг В2В
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов теоретико-методической базы и управленческих навыков по формированию маркетинговых информационных моделей, в том числе и цифровых, и управлению взаимодействиями с потребителями и другими стейкхолдерами в процессе разработки, планирования и обоснования эффективных маркетинговых решений на деловых и промышленных рынках, в том числе на цифровых маркетинговых платформах.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Цели и задачи дисциплины. Особенности деловых рынков и В2В маркетинга.	Цели и задачи дисциплины. Классификация рынков и виды маркетинга. Маркетинг В2В, В2С, В2G. Промышленный маркетинг. Особенности маркетинга различных видов ППТН. Типология продукции производственно-технического назначения. Особенности маркетинга продукции краткосрочного использования и инвестиционных товаров.
Тема 2 Метод взаимодействия и сетевой подход на В2В рынках.	Метод маркетинг-микс на промышленных рынках. Трансформация метода маркетинг-микс в метод взаимодействия. Модель взаимодействия: основные элементы и их характеристика. Сетевой подход как развитие идей взаимодействия на промышленных рынках. Цепочка и сеть ценности: методология построения и анализа.
Тема 3 Поведение деловых и промышленных покупателей.	Виды деловых покупателей: промышленные компании, оптовые компании, институциональные покупатели, частные предприниматели. Методы сегментации промышленных покупателей. Макро и микросегментация. Исследование мотивов промышленных покупателей. Классификация моделей поведения промышленных покупателей. Коллективный характер принятия решения о покупке ППТН. Модель «Сетка процесса покупки» Уэбстера и Уинда. Модель «покупательский центр».
Тема 4 Типы потребительской ценности на В2В рынках.	Типология моделей потребительской ценности на В2В рынках. Методология оценки ценности: TCO (total cost of ownership) и EVC (economic value to the customer). Особенности позиционирования на В2В рынках. Спрос на ППТН. Моделирование спроса на ППТН: анализ цепочки производного спроса. Вертикальный и горизонтальный характер спроса. Оценка и использование в прогнозах эффекта акселерации. Моделирование и реорганизация маркетингового бизнес-процесса по управлению спросом на В2В рынке.
Тема 5 Управление взаимоотношениями с	Сущность маркетинга взаимоотношений с промышленными покупателями. Роль транзакционных издержек в управлении взаимоотношениями с промышленными покупателями. Сущность взаимоотношений: техническая и социальная стороны взаимоотношений. Дистанции между партнерами. Виды

деловыми покупателями.	инвестиций в отношения. Жизненный цикл отношений с покупателем. Концепция управления портфелем покупателей: предпосылки, сущность, основные понятия. Структура портфеля покупателей. Критерии выделения ключевых покупателей. Процесс управления портфелем покупателей. Методы анализа портфеля покупателей: метод концентрации продаж, метод анализа динамики структуры портфеля покупателей, анализ выгоды покупателя, модель Кампбэла и Канингхэма, метод оценки ценности портфеля покупателей, метод определения статуса покупателя. Стратегическое планирование развития портфеля покупателей. Организация управления портфелем покупателей. Key Account Management. Моделирование и реорганизация маркетингового бизнес-процесса по управлению взаимоотношениями с клиентами на базе CRM-системы.
-------------------------------	---

Название дисциплины	Маркетинг покупательского опыта и управление лояльностью
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов теоретической базы в области создания, развития и оценки деятельности компании по формированию партнерских отношений с потребителями и положительного покупательского опыта.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Исследование взаимодействия потребителя и компании.	Клиентоориентированность в традиционной маркетинговой концепции, маркетинга взаимодействия, маркетинга вовлечения. Просьюмеризм. Модели совместного потребления. Трендвотчинг и трендвотчинговые компании. Ключевые потребительские тренды. Теория поколений и прогнозирование потребительского поведения.
Тема 2 Понятие и модели покупательского опыта.	Понятие и классификация покупательского и потребительского опыта. Модели формирования потребительского опыта при офлайн и онлайн-взаимодействии.
Тема 3 Проектирование покупательского опыта.	Этапы пути потребителя. Контактные точки. Картирование покупательского опыта.
Тема 4 Удовлетворенность и лояльность потребителей.	Концепция подтверждения/неподтверждения. Оценка удовлетворенности по базовой модели. Модель Кано. Понятие лояльности потребителей. Лояльность как модель поведения. Лояльность как отношение. Виды лояльности по Дику/Басу. Сегментация потребителей по типу демонстрируемой лояльности. Показатели лояльности.
Тема 5 Оценка взаимоотношений с потребителем.	Прямые и косвенные методы оценки удовлетворенности. Стандарты на методы оценки удовлетворенности. Классификация методов оценки лояльности потребителей. Лояльность потребителей по объективным показателям. Оценка лояльности по одному показателю: SOW, NPS. Модель EPSI.
Тема 6 Стратегии и инструменты управления	Стратегия управления отношениями с потребителями. Основные цели. Ключевые стратегии: выстраивание барьеров перехода и добровольная лояльность. Инструменты коммуникативной политики: клиентские карты, клиентские клубы, прямая рассылка, событийный маркетинг. Инструменты

взаимоотношениями с потребителями.	ценовой политик: дисконтно-бонусные системы. Товарно-сбытовые инструменты.
Тема 7 Программы лояльности потребителей	Виды программ лояльности потребителей. Этапы построения программы лояльности. Выбор коммуникационных каналов. Основные проблемы программ лояльности. Влияние программы на бизнес результаты компании.

Название дисциплины	Маркетинг территорий
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Освоение технологий управления территорией как особым объектом маркетинга и брендинга на принципах маркетинга и брендинга.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Ценности, создаваемые территорией для различных групп стейкхолдеров.	Понятие рынка территорий. Субъекты маркетинга территории. Цели социально-экономического развития территории. Выгоды и потребности потребителей территории. Маркетинговые подходы создания выгод территории.
Тема 2 Сегментация стейкхолдеров в территории и разработка идей позиционирования территории.	Социально-демографические и поведенческие характеристики пользователей территории, способы их выявления. Конкуренция территории за пользователей и конкуренция пользователей за территории как двойственный характер конкурентной среды территории, представляющий основу сегментирования пользователей территории. Выбор целевых сегментов. Идеи позиционирования территории.
Тема 3 Геомаркетинговые исследования территории.	Виды геомаркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация. Кабинетные и полевые исследования. Методология геомаркетинговых исследований. Big-Data в маркетинговых исследованиях территории. Потенциал и маркетинговый потенциал территории: маркетинговые активы территории. Анализ маркетингового потенциала территории. SWOT-анализ территории. Бенчмаркинг территориального маркетинга.
Тема 4 Маркетинговые стратегии брендинга территории.	Стратегия развития и маркетинговая стратегия территории связь и сущность понятий. Выбор целевой группы маркетинга территории. Позиционирование территории. Типы и примеры маркетинговых стратегий территории.
Тема 5 Методы и модели разработки бренда территории.	Особенности восприятия территории внешними и внутренними пользователями. Локальная идентичность и отражение территории в массовом сознании. Модель конкурентного ромба М.Портера. Модель национальной идентичности бренда Саймона Анхольта.

Тема 6 Управление коммуникациями бренда территории.	Дифференциация местного сообщества. Архитектура, планировка, городская навигация, городская скульптура, события как каналы коммуникации. Выявление медиа привычек разных групп пользователей территории. Digital-технологии и маркетинг территории в социальных сетях. Смыслы и шаблоны в процессе формирования контента массовых коммуникационных сообщений и брендинге.
Тема 7 Организация управления маркетингом и брендом территории. Центр управления регионом.	Организация управления продуктом, брендом и каналами распределения территории. Центр управления регионом назначение, задачи, примеры. Оценка эффективности развития территории.

Название дисциплины	Маркетинг услуг
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинговой деятельности в условиях ужесточающийся конкурентной борьбы на рынке услуг; рыночного менталитета, который может быть положен в основу принятия эффективных предпринимательских решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Сфера услуг в современной экономике.	Сфера услуг и ее границы. Роль услуг в мировой экономике и торговле. Сервисная экономика. Факторы развития современных рынков услуг.
Тема 2 Понятие, классификация и особенности услуг.	Подходы к понятию услуги. Основные классификации услуг. Особенности услуг, модель ИИР. Специфика маркетинга услуг.
Тема 3 Маркетинговый анализ в сфере услуг.	Маркетинговый анализ и сегментирование рынка услуг. Выбор целевого рынка (таргетирование). Особенности позиционирования на рынке услуг. Модель 7Р. Разработка комплекса маркетинга для организации сферы услуг.
Тема 4 Качество услуг в системе маркетинга.	Понятие качества в системе маркетинга. Модели качества услуги: модель Донабедиана, модель Гренрооса, модель Кано, модель разрывов качества, модель ГОСТ Р. Качество с позиций информационной экономики: сигналы качества в сфере услуг. Оценка качества услуг. Количественные методы, метод Servqual. Процессные методы, метод критических событий. Проблемные методы, FRAP.
Тема 5 Товарная политика в сфере услуг.	Модели товарного предложения в сфере услуг: лепестковая модель, модель расширенного сервисного предложения. Пакетирование услуг. Стандартизация и индивидуализация предложения. Ассортиментно-марочная политика.
Тема 6 Ценовая	Модель формирования цены. Особенности объектов ценообразования в сфере услуг. Ценовая дифференциация. Определение условий платежа. Цена как индикатор качества.

политика в сфере услуг.	
Тема 7 Сбытовая политика в сфере услуг.	Обеспечение пространственной доступности услуг. Каналы и типы сбыта. Выбор месторасположения. Факторы эффективности многоканальных продаж. Обеспечение временной доступности.
Тема 8 Коммуникативная политика в сфере услуг.	Особенности коммуникативной политики в сфере услуг. Маркетинг и продвижение исполнителей услуги (персонала). Управление репутацией.
Тема 9 Управление процессами и материальной средой в сфере услуг.	Картирование процесса оказания услуги. Карта пути потребителя и карта сервисного сценария. Распределение задач между исполнителем и потребителем. Анализ процесса. Зона видимости. Элементы, характеристики и функции материальной среды.
Тема 10 Управление персоналом в сфере услуг.	Значение персонала в сфере услуг, его роли. Требования к персоналу, отбор персонала. Обучение персонала. Система мотивации и контроля. Наделение полномочиями.

Название дисциплины	Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование профессиональных компетенций в области маркетингового обеспечения управленческих решений, в том числе концептуальных и методических основ проведения маркетинговых исследований, осуществляемых в целях снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений, а также развитие практических навыков организации и использования маркетинговой информационной системы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Маркетинговая информационная система.	Маркетинговая среда и маркетинговое окружение компании. Методы исследований внешней и внутренней среды. Маркетинговые данные и маркетинговая информация. Типы маркетинговой информации. Источники информации для проведения маркетинговых исследований. Свойства маркетинговой информации. Подходы к организации маркетинговой информации. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Основные компоненты маркетинговой информационной системы. Задачи, решаемые с помощью маркетинговой информационной системы. CRM-система и ее роль в области маркетингового обеспечения управленческих решений.
Тема 2 Методология и дизайн маркетингового исследования.	Определения маркетинговых исследований. Задачи, решаемые с помощью маркетинговых исследований. Типовые форматы маркетинговых исследований. Основные проблемы при проведении маркетинговых исследований. Схема процесса маркетингового исследования. Понятие методологии и дизайна маркетингового исследования. Базовые определения: исследовательский вопрос, гипотеза, выборка. Классификация маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Бриф на проведение маркетингового исследования.
Тема 3 Качественные	Отличительные особенности качественных методов эмпирических исследований. Дизайн качественного исследования. Особенности формирования выборки. Интервью как метод качественного эмпирического

маркетинговые исследования.	исследования: виды интервью, область применения, технология проведения, тематический и динамический гайд. Фокус-группа: цели применения, технология проведения, сценарий фокус-группы. Экспертное интервью: отбор экспертов, анализ согласованности мнений экспертов. Проекционные методы маркетинговых исследований. Методы обработки результатов качественного исследования: контент-анализ, нарративный анализ. Отчет и презентация результатов маркетингового исследования.
Тема 4 Основы количественных маркетинговых исследований.	Отличие методологии количественного исследования от методологии качественного исследования. Типовые цели количественных эмпирических исследований. Гипотезы количественного исследования. Особенности формирования выборки.
Тема 5 Маркетинговые исследования в цифровой среде.	Особенности исследования рынка, потребителей и конкурентов 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	Международный маркетинг
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, региоцентризм, 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	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

международных рынках.	исследования. Сегментация и отбор целевых международных рынков. Профильный анализ рынков.
Тема 4 Факторы окружающей среды и их роль в международном маркетинге.	<p>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. 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 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>
Тема 5 Способы присутствия на международных рынках.	<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>
Тема 6 Специфика разработки международного маркетинг-микса.	<p>Особенности разработки маркетинга-микс на международном рынке. Особенности товарных и рынков услуг. Значение комплексного подхода при разработке маркетинга-микс на международном рынке. 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. Ценовая политика в международном маркетинге. Основные факторы ценообразования и структура цены в международном маркетинге. ИНКОТЕРМС 2020: 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</p>

	международных посредников. Коммуникативная политика в международном маркетинге: адаптация или стандартизация.
Тема 7 Стратегическое планирование международного маркетинга.	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.

Название дисциплины	Методы принятия управленческих решений
Кафедра	Кафедра менеджмента и инноваций
Цель освоения дисциплины	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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управленческие решения в системе менеджмента	Объекты и субъекты решений. Виды и характеристики систем, в которых разрабатываются решения (технические, биологические и социальные системы.). Особенности социальных систем. Значение решений в современной экономике. Диалектика развития теории решений. Решение - основной продукт деятельности менеджера. Социальный характер решений. Управленческое решение (УР) как процесс и явление. Экономическая, организационная, социальная, правовая и технологическая сущность УР. Взаимодействие и противодействие в процессе управленческого воздействия. Структура цикла УР. Общие понятия о целях при разработке УР. Типология управленческих решений. Основные подходы к классификации УР. Варианты классификации УР. Разновидности организационных решений: запрограммированные, незапрограммированные, компромиссные. Требования, предъявляемые к УР. Условия выполнения требований. Особенности УР в условиях внедрения современных информационных технологий и систем искусственного интеллекта. Формы подготовки: указ, закон, приказ, распоряжение, указание, положение, протокол, инструкция, правила, соглашение, договор, контракт, оферта, акцепт, акт, план, модель. Формы реализации: предписание, убеждение, разъяснение, принуждение, наставление, сообщение, деловая беседа, личный пример, обучение, совет, деловая игра (тренинг), совещание, заседание, отчет, деловое слово. Совместное использование форм подготовки и реализации УР.
Тема 2 Методологические основы подготовки и реализации управленческих решений.	Определение основных понятий системного подхода. Основные задачи системного подхода. Элементы диалектического метода как базы системного подхода при подготовке и реализации УР. Целесообразность применения системного подхода при подготовке и реализации УР. Требования системного подхода. Процедуры системного подхода при подготовке и реализации УР (ПРУР). Цели как основы технологий ПРУР. Построение дерева целей. Управленческая технология - важнейший элемент профессионального функционирования организации. Основные технологии при ПРУР в мировом менеджменте. Инициативно-целевая технология. Программно-целевая технология. Регламентная технология. Условия применения целевых технологий в организациях при ПРУР. Процессорные технологии ПРУР.

	<p>Организация как социальная система для подготовки решений. Основные понятия, используемые при описании системы подготовки решений: организационная операция, организационная процедура, блок-схема и схема формирования решения. Основные преимущества системы формирования решения. Понятие о стандартной информационной модели. Состав стандартной информационной модели (СИМ). Технология реализации СИМ. Методы моделирования. Сущность и содержание алгоритма реализации СИМ. Описание этапов реализации алгоритма СИМ. Характеристики информационной модели с обратной связью. Правила работы с моделью. Особенность технологического подхода. Основные понятия об организационной технологии. Этапы проектирования организационной технологии. Проектирование процесса подготовки и утверждения решения. Методы описания организационной технологии (понятия о правилах работы исполнителей в процедурах и в организациях). Системы информационной и интеллектуальной поддержки УР. Компьютерная система мультимедиа при подготовке УР. Основные дефиниции. Преимущества системы мультимедиа перед обычной системой компьютерной обработки и представления решений. Основное предназначение Интернета при подготовке УР. Особенности прямого и косвенного варианта доступа к Интернет. Технология поиска необходимой информации в Интернете. Адреса серверов для поиска информации при подготовке УР.</p>
<p>Тема 3 Организационные и социально-психологические основы разработки управленческих решений.</p>	<p>Общая постановка задачи о ПРУР. Содержание и стадии (этапы) процесса ПРУР. Технология подготовки управленческих решений. Модели, методология и организация процесса подготовки управленческих решений. Технология процесса подготовки и реализации решений. Проектирование управленческих решений. Характеристика основных этапов рационального решения проблемы: диагностика проблемы (выявление причин возникновения проблемы, отбор релевантной информации, построение дерева проблем); экономическая постановка задачи; формулировка ограничений и критериев разработки и принятия решений, их математическая формализация; определение альтернатив решения проблемы; учет совокупности внешних и внутренних факторов при разработке и принятии решений; анализ альтернатив действий; анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив; оценка, обоснование и выбор альтернативы (варианта решения проблемы); реализация принятых решений; обеспечение обратной связи; контроль реализации управленческих решений. Экономическая постановка задачи. Значение и необходимость четкой и однозначной формулировки экономической постановки задачи управления при разработке управленческих решений. Организация разработки и выполнения УР. Процедуры, входящие в состав подготовки и реализации УР. Состав процедур разработки, согласования, утверждения и организации выполнения УР. Состав основных личностных характеристик человека. Харизма личности. Влияние романтизма и практицизма, оптимизма и пессимизма на подходы к подготовке УР. Состав неизменяемых, слабо изменяемых и хорошо изменяемых личных качеств. Перечень основных качеств, составляющих модель преуспевающего руководителя. Разновидности авторитета личности. Области эффективного использования авторитета расстояния и авторитета компенсации. Области эффективного использования авторитета резонерства и авторитета педантизма. Области эффективного использования авторитета чванства и авторитета подавления. Влияние личных качеств на ПРУР. Особенности мужского и женского стиля при ПРУР. Приемы достижения социально-психологической согласованности при подготовке УР. Основной состав социальных потребностей человека. Состав социальных методов при подготовке УР. Цель психологических методов при подготовке УР. Предмет</p>

	<p>психологических методов при подготовке УР. Основные приемы убеждения исполнителей в правильности и необходимости УР. Влияние нравственных критериев на отношения работников к УР. Понятие «этика», «этические нормы». Состав набора моральных ценностей человека. Основные направления этики. Регулирующая функция этики по отношению людей к профессиональной деятельности, природе. Состав этических норм. Моральное решение.</p>
<p>Тема 4 Особенности разработки управленческих решений в условиях риска и неопределенности.</p>	<p>Определение понятий «неопределенность» и «риск». Соотношения между неопределенностями и рисками. Уровни неопределенности. Особенности неопределенности как процесса и как явления. Источники объективных и субъективных неопределенностей. Влияние характеристик информации на состояние неопределенности. Основные причины возникновения неопределенностей, связанных с профессионализмом персонала. Типы ошибок, увеличивающих неопределенность в организационной, экономической, технологической, социальной и правовой составляющей управленческой деятельности. Области эффективных решений в зависимости от уровня неопределенности и характера управленческой деятельности. Укрупненная структура внешней среды. Элементы, входящие в ближнее и дальнее кольцо окружения компании. Параметры необходимые руководству компании при работе с клиентами, с партнерами по бизнесу. Влияние общественного мнения на деятельность компании. Характеристики свойств внешней среды (объемность и сложность, подвижность и неопределенность). Влияние фактора среды на подготовку управленческих решений. Характеристика напряженных ситуаций, вызывающих страх у руководителя и мешающих ему разрабатывать и реализовывать решения. Общие представления о панике. Паника как признак стрессового состояния человека. Четыре состояния стресса. Качества человека, влияющие на стрессовое состояние. Причины, вызывающие панику. Индивидуальная и коллективная паника. Влияние паники на этапы подготовки УР. Приемы подготовки руководителя к УР в условиях напряженных ситуаций. Формула Д. Карнеги об адаптации руководителя к стрессу. Определение понятий «полностью управляемые параметры», «неуправляемые параметры». Приемы обработки неуправляемых и частично управляемых параметров. Метод функционально-стоимостного анализа (ФСА). Основные этапы метода ФСА. Последовательная и параллельная схема выполнения ФСА. Варианты учета неопределенностей в контракте. Явный учет неопределенностей в контракте. Идея цифровой подписи при заключении контрактов. Этапы формирования цифровой подписи. Приемы общей формальной записи риска. Характер зависимости риска от уровня неопределенностей. Роль новых должностей «risk-adviser» и «risk-taker» в деятельности компании. Стратегии системы управления риском. Методы, используемые для уменьшения отрицательных последствий риска. Состав организационно-распорядительных, социально-психологических и идеологических методов при обработке рисков. Структура управленческих рисков. Объекты страхования. Особенности нематериальных активов как объектов страхования. Отрасли страхования юридического лица. Обобщенная схема отраслей страхования юридического лица. Страхование управленческих рисков. Обобщенные объекты страхования системы управления организацией. Управленческое решение как объект страхования.</p>
<p>Тема 5 Анализ альтернатив управленческих решений.</p>	<p>Основное назначение моделей и методов при подготовке УР. Перечень основных методов при подготовке УР. Варианты процедур, входящих в методы подготовки УР. Влияние стадии развития проблемы на формирование решения. Механизм формирования решения. Схема взаимодействия творческой и технократической деятельности при подготовке УР. Схема алгоритма формирования нового УР. Проникновение математики в экономику</p>

	<p>и управление. Роль и значение экономико-математических моделей и методов в совершенствовании управления. Объективная необходимость и значение применения экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Границы и области эффективного применения экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Классификация экономико-математических моделей и методов подготовки УР. Сетевые модели и методы планирования и управления. Аналитические методы. Статистические методы. Метод математического программирования. Матричный метод. Методы психологической активизации. Метод конференции идей. Метод мозговой атаки. Метод вопросов и ответов. Теоретико-игровой метод. Перечень профессиональных интересов основных участников производственных совещаний. Основные элементы технологии реализации теоретико-игрового метода. Общие сведения о критериях оценки. Метод простой ранжировки. Метод задания весовых коэффициентов. Метод последовательных сравнений. Метод парных сравнений. Основы эвристических методов. Классы задач, решаемых эвристическими методами. Характерные наборы приемов эвристических методов: «Критика очевидных решений»; «Замена терминов определениями»; «Формулирование обратной задачи». Типовой вид сценария. Основные элементы структуры сценария. Сценарий для подготовки УР. Особенности составления литературного сценария возможного прохождения решения и предполагаемых результатов, а также реакций на эти результаты заинтересованных специалистов. Условия эффективности метода. Общая идея метода дерева решений. Технология графического построения дерева решений. Основные этапы реализации метода. Механизм реализации десяти этапов разработки и выбора УР по методу «дерево решений».</p>
<p>Тема 6 Методы контроля реализации управленческих решений.</p>	<p>Методология и организационные аспекты контроля управленческих решений; системы контроля; виды контроля. Особенности выбора типа контроля разработки, принятия и реализации управленческих решений.</p>
<p>Тема 7 Ответственность в системе принятия и реализации управленческих решений.</p>	<p>Ответственность и обязанность - обязательный атрибут деятельности. Виды ответственности. Суть профессиональной ответственности. Суть юридической и дисциплинарной ответственности. Суть этической ответственности. Суть политической и партийной ответственности. Социальная ответственность. Этапы и стадии формирования социальной ответственности личности. Матрицы оценки социальной ответственности руководителя. Взаимодействие социальной и юридической ответственности. Основы экологической ответственности при подготовке и реализации УР. Формы реализации социальной и экологической ответственности.</p>
<p>Тема 8 Качество и эффективность управленческих решений.</p>	<p>Качество и эффективность - важнейшие характеристики УР. Условия и факторы качества управленческих решений. Качество процесса подготовки и реализации УР. Главные элементы, определяющие качество процесса. Оценка качества. Количественные измерения отдельных элементов, составляющих качество процесса. Значение стандартов качества ISO 9000 в повышении качества УР. Эффективность управленческих решений и ее составляющие. Организационная эффективность УР. Социальная эффективность УР. Экономическая эффективность УР. Сравнительный экономический анализ и методические рекомендации по оценке эффективности управленческих решений. Методы расчета экономической эффективности подготовки и реализации УР: косвенный метод сопоставления различных вариантов, метод оценки по конечным результатам, метод оценки по непосредственным результатам деятельности. Определение понятиям “оптимальное и супероптимальное решение”. Перечень методов совместного решения</p>

	диаметрально противоположных проблем. Метод разработки более крупных целей по сравнению с имеющимися. Метод формирования ситуаций, при которых выгоды одной стороны по результатам переговоров не потребуют убытков с другой стороны. Метод выделения из диаметрально противоположных проблем общих. Метод снижения уровня противоречий сторон с антагонизма или столкновения до поляризации или различия.
--	--

Название дисциплины	Микроэкономика
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель освоения дисциплины	Изучение первой части основного направления современной экономической теории, раскрывающей механизм функционирования рыночной экономики при наличии различных типов рынка, аллокативную (обеспечение оптимального использования ограниченных факторов производства) и дистрибутивную (распределение благосостояния между членами общества) роли цен благ и факторов производства, экономическую роль государства в повышении эффективности использования производственного потенциала страны при отказах рынка.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Полезность благ и индивидуальная функция спроса.	Потребности людей и полезность благ. Количественный подход к анализу полезности и спроса. Общая и предельная полезность. Первый закон Госсена. Предельная полезность и индивидуальный спрос. Цена спроса. Кривая индивидуального спроса. Максимизация полезности при заданном бюджете потребителя. Второй закон Госсена. Порядковый подход к анализу полезности и спроса. Аксиомы поведения потребителя при порядковом измерении полезности. Кривая безразличия и карта безразличия. Свойства кривых безразличия. Норма замены. Предельная норма замены. Бюджетное ограничение и бюджетная линия. Равновесие потребителя.
Тема 2 Рыночный спрос на блага и эластичность спроса.	Построение функции рыночного спроса. Сущность и роль излишков потребителя. Прямая эластичность спроса по цене. Связь между эластичностью спроса, изменением цены и расходами покупателя. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность спроса по доходу.
Тема 3 Теория производства и затрат.	Производственная функция и ее свойства. Функция Кобба-Дугласа. Влияние временного фактора на производственную функцию. Производственный выбор в краткосрочном плане. Мгновенный период. Общий, средний и предельный продукт переменного фактора. Закон убывания предельной производительности. Изокванта и предельная норма технической замены. Эластичность замещения. Взаимозаменяемость факторов производства и изокванта. Длительный период. Эффективность и изменение масштаба производства. Изокоста и равновесие производителя. Индивидуальные и общественные затраты. Бухгалтерский и экономический подходы к определению затрат. Затраты производства и затраты отвергнутых возможностей (альтернативные затраты), явные и неявные затраты, невозвратные затраты. Классификация затрат в зависимости от влияния на них объема производства. Функция затрат фирмы в коротком периоде, факторы, определяющие ее характер. Аналитическое и графическое представление средних и предельных затрат на производство. Затраты фирмы в длительном периоде, их отличие от затрат в коротком периоде. Новая теория затрат. Трансакционные затраты как затраты на функционирование рыночного механизма.

Тема 4 Предложение благ и эластичность предложения	<p>Общая выручка. Средняя и предельная выручка. Общие затраты и экономическая прибыль. Определение максимума прибыли. Предельный анализ максимизации прибыли: а) при постоянной цене на благо; б) при снижающейся по мере выпуска цене блага. Точка безубыточности. Момент прекращения работы фирмы в коротком периоде. Кривая предложения фирмы при фиксированной цене. Функция рыночного (отраслевого) предложения. Сущность и роль излишков производителя. Коэффициенты прямой и перекрестной эластичности предложения по цене.</p>
Тема 5 Рынок совершенной конкуренции	<p>Классификационные признаки рыночных структур. Типы рынков. Взаимодействие спроса и предложения на рынке (в отрасли). Цена равновесия и ее роль. Законы спроса и предложения. Единственность и множественность отраслевого равновесия. Устойчивость равновесия по Маршаллу и по Вальрасу. Налоги и дотации как инструмент государственного управления рынком и ценами. Последствия налогообложения. Распределение налогового бремени. Последствия введения дотаций. Последствия директивного ценообразования. «Пол» и «потолок» цены. Совершенная конкуренция: понятие и характерные черты. Фирма и отрасль. Отраслевое равновесие. Положение конкурентной фирмы в коротком периоде. Изменение предложения фирмы и отрасли в длительном периоде. Цена равновесия в длительном периоде. Приспособление к изменению спроса и предложения в отрасли в длительном периоде. Кривая отраслевого предложения в длительном периоде. Размеры фирмы и число фирм в конкурентной отрасли.</p>
Тема 6 Ценообразование в условиях монополии.	<p>Чистая монополия: понятие и распространение. Монопольная власть и ее источники. Отсутствие функции предложения. Равновесие монополии в коротком и длительном периодах. Монополия и совершенная конкуренция. Ущерб, наносимый монополией. Общественные выгоды монополизации производства. «Естественная» монополия. Государственное регулирование естественных монополий. Ценовая дискриминация и ее виды (совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация по объему продаж, ценовая дискриминация на сегментированном рынке).</p>
Тема 7 Рынок монополистической конкуренции	<p>Монополистическая конкуренция: понятие и распространение. Ломаная линия спроса. Устойчивость (негибкость) цены. Равновесие монополистического конкурента в коротком и длительном периодах. Модель Чемберлина. Плата за дифференциацию продукта. Сравнение монополистической и совершенной конкуренции.</p>
Тема 8 Ценообразование в условиях олигополии.	<p>Характеристика олигопольной структуры рынка. Стратегии поведения олигополистов. Олигополистические ценовые войны. Картель. Ломаная кривая спроса на продукцию олигополиста. Ценообразование по принципу «лидерство в ценах».</p>
Тема 9 Рынки факторов производства	<p>Рынок труда: формирование предложения. Функция индивидуального предложения труда. Реакция индивидуума на изменение ставки оплаты труда. Загибающаяся кривая предложения труда. Особенности спроса на рынках факторов производства. Производный характер спроса на факторы. Взаимозависимость рынков благ и факторов. Предельный продукт фактора. Предельная выручка от предельного продукта фактора (MRP). Ценность предельного продукта фактора (VMP). Функция спроса на факторы производства. Общее правило выбора фирмой оптимального объема факторов. Экономическая рента: понятие и значение. Рынок капитала: задача межвременного выбора для индивидуума. Двухпериодное бюджетное уравнение. Функция предложения капитала. Понятие запаса и потока. Капитальные и прокатные цены факторов. Определение капитальных цен фактора как сегодняшней ценности потока доходов. Дисконтирование.</p>

	Оптимальная комбинация «объем закупок - цена фактора» в зависимости от положения фирмы на рынке блага и рынке фактора: 1 - совершенный конкурент на обоих рынках; 2 - монополист на рынке блага - совершенный конкурент на рынке фактора.
Тема 10 Эффективность экономики и проблемы регулирования.	Причины отказов рынка. Общественные блага. Характеристики общественных благ: неперегружаемость и неисключаемость в потреблении. Определение оптимального объема производства общественных благ. Проблема «зайцев». Перегружаемые и исключаемые блага. Сравнительный анализ производства, обеспечения и финансирования различных типов благ. Внешние эффекты. Проблема интернализации внешних эффектов. Корректирующие налоги и дотации. Теорема Р. Коуза и распределение прав собственности. Асимметричность информации и ее преодоление.

Название дисциплины	Общая экономическая теория
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель освоения дисциплины	Сформировать у студентов комплекс базовых экономических знаний и навыков, необходимых для изучения и освоения специальных курсов, умения анализировать различные экономические процессы в России и в мире и формирования экономического мышления, обеспечивающего понимание форм, методов, приоритетов и направлений функционирования и развития экономики.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Становление и развитие общей экономической теории как науки. Предмет и метод общей экономической теории.	Предмет, цели и задачи общей экономической теории. Определение предмета общей экономической теории представителями разных школ. Зарождение экономической науки. Меркантилизм. Физиократия. Классическая школа политической экономии. Марксизм. Маржинализм. Экономические школы в XX веке. Неоклассическое направление. Кейнсианское направление. Монетаризм. Неолиберализм. Неокейнсианцы. Институционально-социологическое направление. Неоинституционализм. Русская экономическая мысль и её вклад в мировую экономическую науку. Система экономических отношений: социально-экономические, технико-экономические, организационно-экономические, эколого-экономические. Экономические законы и категории. Структура общей экономической теории. Нано-, микро-, мезо-, макро- и мегаэкономика – различные уровни экономического анализа. Экономические субъекты и их цели и интересы. Взаимосвязь общей экономической теории с другими науками. Общая экономическая теория – методологический фундамент системы экономических наук. Функции общей экономической теории. Методология экономической науки. Методы познания экономических процессов. Диалектический метод, метод научной абстракции, анализа и синтеза, индукции и дедукции. Сочетание исторического и логического методов, экономико-математическое моделирование, экономический эксперимент.
Тема 2 Материальные потребности и экономические ресурсы общества.	Потребности человека и их классификация. Материальные потребности. Закон возвышения потребностей. Пути и средства удовлетворения материальных потребностей. Классификации благ. Экономическое благо и его свойства. Блага — субституты. Комплементарное благо. Ресурсы и их классификация. Факторы производства. Противоречие между безграничными потребностями и ограниченными ресурсами — основная проблема экономической теории и практики. Производственные возможности общества и проблема выбора. Кривая производственных возможностей и ее свойства. Понятие альтернативной стоимости. Понятие эффективности.

<p>Тема 3 Натуральное и товарное хозяйство.</p>	<p>Основные формы общественного хозяйства и их модели. Натуральное хозяйство, его черты и особенности. Товарное хозяйство: причины и условия возникновения, основные черты. Товар. Различные теоретические подходы к оценке свойств товара: его потребительной стоимости, полезности и ценности. Товары и общественные блага. Становление отношений вещной зависимости. Простое и капиталистическое товарное производство. Модели товарного производства. Отделение труда от собственности. Превращение рабочей силы в товар. Деньги и их функции. Типы денежных систем. Обращение металлических, кредитно-бумажных и электронных денег. Денежная масса, ее структура и измерение. Денежные агрегаты.</p>
<p>Тема 4 Собственность как основа экономических систем. Типы экономических систем.</p>	<p>Собственность как экономическая, юридическая и историческая категория. Содержание собственности. Законы собственности и законы присвоения. Общая экономическая теория «прав собственности» Р. Коуза и А. Алчиана. Виды собственности. Объективная необходимость многообразия форм собственности. Соответствие форм собственности состоянию производительных сил. Частная и общественная собственность. Интеллектуальная собственность. Собственность совместных предприятий. Экономическая система общества и основные направления периодизации его социально-экономического развития. Критерии развития экономических систем. Формационный подход. Цивилизационный подход: типы цивилизаций, их сходство и различия. Теории смены цивилизаций. Эволюция экономических систем. Развитая, развивающаяся, переходная, дефицитная, социально-ориентированная, корпоративная, смешанная рыночная экономика. Традиционная, командная, рыночная, смешанная экономики.</p>
<p>Тема 5 Характеристика и особенности функционирования рыночной экономики.</p>	<p>Рынок как экономическая система связей покупателей и продавцов. Эволюция взглядов на рынок. Русские экономисты о рынке. Типология рынка. Свободный рынок или система совершенной конкуренции. Деформированные рынки. Система несовершенной конкуренции. Регулируемый рынок. Многообразие форм рынка. Функции рынка. Достоинства и недостатки рынка. Условия функционирования рыночной экономики. Виды рынков и их классификация по экономическому назначению, товарным группам, пространственному признаку, степени ограничения конкуренции, видам субъектов рыночных отношений. Сегментация рынков с учётом географических, демографических, психологических, поведенческих факторов. Структура рынка. Инфраструктура рынка. Финансовые и коммерческие институты как элементы инфраструктуры рынка; их виды, содержание деятельности и роль в рыночной экономике. Рыночный механизм как взаимосвязь и взаимодействие элементов рынка: спроса, предложения и цены. Конъюнктура рынка. Спрос как неотъемлемый элемент рынка. Закон спроса, кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос. Эластичность спроса по цене и доходу. Перекрестная эластичность. Коэффициент эластичности. Детерминанты индивидуального спроса (цена, вкусы, ожидания и др.). Индивидуальный и рыночный спрос. Предложение – элемент рынка. Закон предложения, кривая предложения. Коэффициент эластичности предложения. Факторы, влияющие на предложение. Детерминанты индивидуального предложения (цены ресурсов, технология, ожидания и другие). Взаимодействие спроса и предложения. Равновесная цена как необходимое условие возникновения рыночного равновесия. Затоваривание и дефицит как свидетельства нарушения рыночного равновесия.</p>
<p>Тема 6 Конкуренция как механизм функционирования</p>	<p>Конкуренция как механизм функционирования рынка. Понятие, сущность и виды конкуренции. Функции конкуренции. Механизм функционирования рынка совершенной конкуренции. Взаимодействие спроса и предложения. Механизм функционирования рынка несовершенной конкуренции. Виды несовершенной конкуренции. Виды рыночного равновесия и механизмы их</p>

<p>ования рынка. Особенности предпринимательской деятельности. Теория рисков.</p>	<p>достижения. Экономическое содержание и обязательные условия для предпринимательской деятельности. Основные формы организации предпринимательства. Фирма как базовая форма предпринимательской деятельности. Формирование предпринимательского капитала: методы и источники. Основной и оборотный капитал. Материальный и моральный износ капитала. Амортизация. Риск: определение, классификация, методы управления.</p>
<p>Тема 7 Издержки производства.</p>	<p>Натуральная и стоимостная оценка затрат ресурсов фирмы. Издержки и их классификация. Издержки общества и издержки фирмы. Бухгалтерские и экономические издержки производства. Явные и неявные издержки. Мгновенный, короткий и длительный период. Издержки в коротком периоде. Совокупные издержки: фиксированные (постоянные), переменные, валовые. Средние издержки: фиксированные (постоянные), переменные, валовые. Предельные издержки. Графическое отображение всех видов издержек. Издержки в длительном периоде. Кривая долгосрочных средних издержек. Положительный, отрицательный и постоянный эффект масштаба.</p>
<p>Тема 8 Доходы от факторов производства и их распределение.</p>	<p>Факторное распределение доходов. Прибыль – главный результат функционирования фирмы. Интерпретация сущности и источников прибыли. Виды прибыли. Факторы, определяющие величину прибыли. Функции прибыли. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Заработная плата – вознаграждение за труд наемных работников. Эволюция взглядов экономистов на понимание сущности заработной платы: трактовка заработной платы А.Смитом и Д. Рикардо, теория «фонда заработной платы» Т. Мальтуса и Дж. Милля, марксистская теория заработной платы, социальная теория заработной платы М. Туган-Барановского, взгляды на сущность заработной платы Дж. Кейнса, современные теории заработной платы. Формы и системы оплаты труда. Уровень и динамика заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Ссудный процент – разновидность дохода. Теория процента в современной экономической литературе. Процентная ставка, средняя ставка процента, рыночная ставка процента и факторы, на нее воздействующие. Дисконтирование. Экономическая рента и ее виды. Теория рентных отношений. Земельная рента – доход землевладельца. Монополия частной собственности на землю и абсолютная рента; монополия на землю как на объект хозяйства; дифференциальная рента I и II; динамика дифференциальной ренты. Арендная плата. Монопольная рента. Особенности ценообразования на рынке земли. Цена земли: динамика и факторы, её определяющие. Земельный кадастр.</p>
<p>Тема 9 Национальная экономика. Национальное счетоводство.</p>	<p>Особенности макроэкономического подхода к исследованию процессов и явлений. Цели и инструменты макроэкономической политики. Обеспечение основных макроэкономических целей: стабильности экономического роста, занятости населения, социальной справедливости, повышения жизненного уровня населения. Основные макроэкономические показатели и их измерение. Проблема двойного счета. Промежуточный продукт и конечный продукт. Методы подсчета ВВП. Дефлятор ВВП. Национальный доход: производство, распределение, перераспределение, использование. Национальное богатство: содержание и структура. Сущность, история возникновения и этапы развития национального счетоводства. Методология национального счетоводства. Роль и функции национального счетоводства. Основные счета системы национального счетоводства (СНС).</p>
<p>Тема 10 Теория потребления, сбережения,</p>	<p>Общая характеристика потребления, сбережений и инвестиций. Средняя склонность к потреблению (APC). Предельная склонность к потреблению (MPC). Средняя склонность к сбережению (APS). Предельная склонность к сбережению (MPS). Классификация инвестиций. Реальные инвестиции.</p>

накопления, инвестиций.	Инвестиционный спрос и факторы, его определяющие. Сущность и функции инвестиций. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Теория мультипликатора и акселератор. Парадокс бережливости.
Тема 11 Циклическое развитие экономики. Экономическая нестабильность.	Циклическость как всеобщая форма экономической динамики. Объективные основы циклических колебаний. Различные подходы к объяснению циклических колебаний. Виды циклов. Основные характеристики экономического цикла деловой активности. Пофазная динамика экономических показателей. Классификация и периодичность экономических циклов. Краткосрочные экономические флуктуации (колебания). Большие циклы конъюнктуры Н.Д. Кондратьева. Количественные и качественные характеристики длинноволновых колебаний. Основные характеристики кризиса экономической системы. Виды кризисов. Аграрные и структурные кризисы. Экономические реформы в России с позиций теории циклическости общественного развития. Особенности экономического кризиса в России. Антикризисные и стабилизационные программы.
Тема 12 Экономический рост.	Экономический рост – показатель изменения уровня реального объема производства в долговременном интервале. Сущность реального экономического роста. Показатели экономического роста. Цели, эффективность, качество и социальная направленность долговременного экономического роста. Противоречие между темпами экономического роста и его качественными результатами. Прямые и косвенные факторы экономического роста. Факторы непосредственного воздействия на экономический рост и факторы, тормозящие экономический рост. Экстенсивный и интенсивный типы экономического роста. Экологические противоречия экономического роста. Неустойчивость равновесного роста экономики и потребности его государственного регулирования.
Тема 13 Роль денежно-кредитной политики в функционировании экономики. Инфляция и ее виды.	Кредитно-банковская система и ее структура. Роль банков в кредитовании хозяйствующих субъектов. Особая роль Центрального банка в национальной экономике. Кредит: сущность, функции, виды. Рынок денег. Спрос и предложение на деньги. Денежно-кредитная политика государства и ее характеристика. Понятие и виды инфляции. Условия и причины возникновения инфляции. Инфляция спроса и факторы, ее определяющие: монетарные и немонетарные. Инфляция предложения (издержек) и факторы, ее определяющие. Социально-экономические последствия инфляции: инфляционный налог. Прогнозируемая инфляция, уравнение И. Фишера. Темп инфляции и определяющие его факторы. Влияние инфляционных процессов на уровень жизни населения, перераспределение национального дохода, объем национального продукта. Антиинфляционная политика.
Тема 14 Теория занятости. Социально-экономические последствия безработицы.	Движение населения и макроэкономические пропорции в сфере занятости. Концепции занятости населения. Трудоспособное и экономически активное население. Состав экономически активного населения. Безработица и ее виды. Фактическая норма безработицы. Полная занятость и естественная норма безработицы. Конъюнктурная безработица и ее норма. Влияние макроэкономических пропорций в сфере занятости на конечные результаты реального производства. Закон Оукена. Рынок труда. Рабочая сила и человеческий капитал. Воздействие НТП на качественное совершенствование рабочей силы. Факторы формирования рынка труда. Внутренняя и международная миграция, эмиграция трудовых ресурсов.
Тема 15 Финансовая система и финансовая политика.	Финансы общества, их сущность и роль в обеспечении экономического роста. Субъекты финансовых отношений: хозяйствующие субъекты, население и государство. Основные принципы построения финансовой системы. Финансовая политика государства – совокупность государственных мер по оптимизации условий использования централизованных денежных ресурсов. Контрольные и распределительные функции финансовой политики.

	<p>Государственный бюджет и его роль в распределении и перераспределении национального дохода. Функции бюджета. Бюджетная система. Внебюджетные фонды. Доходы и расходы бюджета, их структура. Бюджетный дефицит. Циклический и структурный дефициты госбюджета. Способы финансирования бюджетного дефицита. Профицит бюджета. Секвестр бюджета. Налоги как экономическая база и инструмент финансовой политики государства. Классификация налогов по методу взимания и использования. Прямые и косвенные налоги. Кривая Лаффера. Налоговая система, принципы налогообложения. Фискальная политика государства и ее роль в государственном регулировании экономических процессов. Виды фискальной политики (дискреционная и автоматическая). Правительственные расходы и совокупный спрос. Государственный долг. Внутренний и внешний государственный долг: способы покрытия, концепции регулирования.</p>
<p>Тема 16 Совокупные доходы населения и социальная политика государства.</p>	<p>Социальная политика государства: цели и инструменты. Социальные гарантии государства в условиях действия рыночного механизма формирования доходов. Совокупные доходы населения: виды, структура и источники формирования. Номинальный, располагаемый и реальный доход. Функциональное и персональное распределение доходов. Альтернативные экономические теории источников формирования и динамики доходов. Дифференциация доходов: причины и факторы. Измерение дифференциации доходов и оценка глобальных тенденций их динамики. Основные причины неравенства доходов. Виды, показатели и последствия бедности населения. Закон Энгеля. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини. Уровень и качество жизни: система показателей их оценки. Государственное перераспределение доходов: альтернативные концепции, цели и инструменты. Экономическая эффективность и социальная справедливость. Система социальной защиты населения России. Социально-экономическая безопасность как важнейшая качественная характеристика экономической системы.</p>
<p>Тема 17 Мировое хозяйство.</p>	<p>Этапы становления и основные черты мирового хозяйства. Мировая торговля. Международное разделение труда. Взаимодействие мировых и национальных рынков. Протекционизм и свободная торговля. Торговые тарифы, квоты, лицензии. Стимулирование экспорта. Теории абсолютного и сравнительного преимущества во внешней торговле. Теория внешней торговли Хекшера-Олина и возможность её использования. Понятие валюты. Роль валюты в международной торговле. Платежный баланс. Валютный рынок: сущность, основные черты. Спрос на валюту, факторы спроса. Предложение валюты, его факторы. Валютный курс. Фиксированные и плавающие курсы. Эволюция валютной системы. Конвертируемость валют. Интеграция и регионализация хозяйственных национальных систем и тенденции экономии ресурсов, снижения затрат, стоимости продукта. Противоречия глобализации мировых хозяйственных связей.</p>

Название дисциплины	Операционное обеспечение маркетинга
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов практических навыков по моделированию операционной деятельности маркетингового подразделения организации, ее оптимизации и автоматизации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подходы к организации маркетингов	Рассмотрение функционального и процессного подхода к управлению. Определение преимуществ и недостатков каждого из подходов применительно к организации деятельности отдела маркетинга. Формирование комплексного подхода к управлению.

ой деятельности	
Тема 2 Бизнес-процесс как операционная единица маркетинговой деятельности	Понятие и сущность бизнес-процессов. Классификация бизнес-процессов в организации. Окружение бизнес-процесса. Типовые модели бизнес-процессов. Типовые бизнес-процессы отдела маркетинга.
Тема 3 Реинжиниринг и моделирование бизнес-процессов отдела маркетинга.	Сущность, цели, этапы и виды реинжиниринга бизнес-процессов. Этапы проведения реинжиниринга. Принципы перепроектирование бизнес-процессов. Условия успешного реинжиниринга и факторы риска. Типичные ошибки при проведении реинжиниринга. Способы описания и моделирования бизнес-процессов. Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов. Технология описания и моделирования бизнес-процессов отдела маркетинга. Методы сбора информации при моделировании бизнес-процессов. Основные подходы к моделированию бизнес-процессов.
Тема 4 Оптимизация бизнес-процессов отдела маркетинга.	Выбор приоритетных бизнес-процессов для оптимизации. Ключевые показатели бизнес-процессов. Метод пяти вопросов. Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных резервов. Метод уменьшения количества входов и выходов бизнес-процессов. Стандартизация форм сбора и передачи информации. Организация точек контроля. Описание бизнес-процесса экономическими категориями.
Тема 5 Автоматизация бизнес-процессов отдела маркетинга.	Корпоративная информационная система как инструмент автоматизации бизнес-процессов. Интегрированное информационное пространство. ERP-системы и CRM-системы: сущность и соподчинённость. Свойства и классификация CRM-систем. Этапы внедрения CRM-системы. Наиболее популярные CRM-системы.

Название дисциплины	Основы военной подготовки
Кафедра	Кафедра экономической безопасности
Цель освоения дисциплины	Получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся образовательных организаций высшего образования в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством РФ.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Строевые приемы и движение без оружия	Строй и его элементы. Виды строя. Сигналы для управления строем. Команды и порядок их подачи. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. Строевой расчет. Строевая стойка. Выполнение команд: "Становись", "Равняйся", "Смирно", "Вольно", "Заправиться". Повороты на месте. Строевой шаг. Движение строевым шагом. Движение строевым шагом в составе подразделения. Повороты в движении. Движение в составе взвода. Управление подразделением в движении
Тема 2 Основы, приемы и правила стрельбы из	Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке. Приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия

стрелкового оружия	
Тема 3 Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат	Назначение, состав, боевые свойства и порядок сборки разборки АК-74 и РПК-74. Назначение, состав, боевые свойства и порядок сборки разборки пистолета ПМ. Назначение, состав, боевые свойства РПГ-7. Назначение, боевые свойства и материальная часть ручных гранат. Сборка разборка пистолета ПМ и подготовка его к боевому применению. Сборка разборка АК-74, РПК-74 и подготовка их к боевому применению. Снаряжение магазинов и подготовка ручных гранат к боевому применению
Тема 4 Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия	Требования безопасности при организации и проведении стрельб из стрелкового оружия. Порядок выполнения упражнения учебных стрельб. Меры безопасности при проведении стрельб и проверка усвоения знаний и мер безопасности при обращении со стрелковым оружием. Выполнение норматива № 1 курса стрельб из стрелкового оружия

Название дисциплины	Основы графического дизайна
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Получение базовых навыков графического дизайна, изучение инструментария графических редакторов Figma и Blender, получение навыков и знаний для реализации различных графических проектов, включая оформление слайдов, инфографики, а также разработку рекламных баннеров, обложек и макетов (макетов).
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в графический дизайн.	основные правила дизайна, основные ошибки при разработке дизайнов, восприятие потребителем графических элементов, психология дизайна.
Тема 2 Основы графического дизайна в презентациях.	разработка простой плакатной графики на базе Figma, изучение основных особенностей восприятия плакатной графики и правил создания графических элементов для презентаций.
Тема 3 Композиция и инфографика и векторная графика.	создание презентаций с использованием композиций, правила работы с композициями, работа с плагинами в Figma, работа с векторной графикой.
Тема 4 Инфографика и	работа с инфографикой и визуализацией данных, типографика и верстка, углубленная работа с изображениями и плагинами на базе Figma.

визуализация.	
Тема 5 Основы работы с программами и 3D-моделированием.	Основы 3D моделирования, ознакомление с возможностями программы, базовые функции моделирования, ознакомление с программным продуктом Blender.
Тема 6 Дополнительный инструментарий 3D-моделирования.	работа с модификаторами в среде Blender, работа с освещением, подготовка сцены, ознакомление с функцией скульптинга.
Тема 7 Продвинутое навыки работы с 3D-моделированием.	Работа с нодовой системой в Blender, изучение геометрических нодов, нодов материалов, ознакомление с принципом работы нодовой системы при подготовке текстур для объектов.

Название дисциплины	Основы российской государственности
Кафедра	Кафедра общественных наук
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Россия: цифры и факты.	Объективные и характерные данные о России, ее географии, ресурсах, экономике. Население, культура, религии и языки. Современное положение регионов.
Тема 2 Россия: испытания и герои.	Выдающиеся персоналии - "герои". Ключевые испытания и победы России, отразившиеся на ее современной истории.
Тема 3 Цивилизационный подход: возможности и ограничения.	Что такое цивилизация? Какими они были и бывают. Плюсы и минусы цивилизационного подхода. Особенности цивилизационного развития России: история многонационального (наднационального) характера общества, перехода от имперской организации к федеративной, межкультурного диалога за пределами России (и внутри неё).
Тема 4 Философское осмысление России как	Роль и миссия России в работах различных отечественных и зарубежных философов, историков, политиков, деятелей культуры.

цивилизации .	
Тема 5 Мировоззрение и идентичность.	Что такое мировоззрение? Теория вопроса и смежные научные концепты. Мировоззрение как функциональная система. Мировоззренческая система российской цивилизации. Представление ключевых мировоззренческих позиций и понятий, связанных с российской идентичностью, в историческом измерении и в контексте российского федерализма. Рассмотрение этих мировоззренческих позиций с точки зрения ключевых элементов общественно-политической жизни (мифы, ценности и убеждения, потребности и стратегии). Значение коммуникационных практик и государственных решений в области мировоззрения (политика памяти, символическая политика и пр.) Самостоятельная картина мира и история особого мировоззрения российской цивилизации.
Тема 6 Мировоззренческие принципы (константы) российской цивилизации .	Ценностные принципы (константы) российской цивилизации: единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие. Их отражение в актуальных социологических данных и политических исследованиях. «Системная модель мировоззрения» («человек – семья – общество – государство – страна») и её репрезентации («символы – идеи и язык – нормы – ритуалы – институты»).
Тема 7 Конституционные принципы и разделение властей.	Основы конституционного строя России. Принцип разделения властей и демократия. Особенности современного российского политического класса. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации. Уровни организации власти в РФ.
Тема 8 Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы.	Государственные проекты и их значение (ключевые отрасли, кадры, социальная сфера).
Тема 9 Актуальные вызовы и проблемы развития России.	Глобальные тренды и особенности мирового развития. Техногенные риски, экологические вызовы и экономические шоки. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации. Ценностные ориентиры для развития и процветания России.
Тема 10 Сценарии развития российской цивилизации .	Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики. Ответственность и миссия как ориентиры личного и общественного развития. Справедливость и меритократия в российском обществе. Представление о коммунитарном характере российской гражданственности, неразрывности личного успеха и благосостояния Родины.

Название дисциплины	Оценка стоимости маркетинговых нематериальных активов
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Создать профессиональную компетенцию студентов в области маркетинговой деятельности предприятия, связанной с контролем и оценкой брендов, и формировании у студентов навыков подготовки мероприятий, направленных на формирование устойчивого образа бренда и оценки капитала бренда.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие и основные виды нематериальных маркетинговых активов.	Понятие маркетинговых нематериальных активов и их значение для деятельности современной компании. Нормативные документы, регламентирующие вопросы маркетинговых активов компании. Основные виды маркетинговых нематериальных активов компании.
Тема 2 Подходы к оценке стоимости маркетинговых нематериальных активов.	Понятие оценки капитала бренда. Подходы к оценке капитала бренда. Методы оценки нематериального капитала бренда. Измерение лояльности, основные виды лояльности. Измерение осведомленности. Измерение узнавания.
Тема 3 Формирование бюджета на разработку маркетинговых нематериальных активов.	Основные статьи затрат на создание маркетинговых нематериальных активов. Основные статьи затрат на продвижение маркетинговых нематериальных активов. Выбор подхода к бюджетированию.
Тема 4 Выбор подхода и процесс оценки стоимости маркетинговых нематериальных активов.	Основные подходы к оценке стоимости маркетинговых нематериальных активов. Основные этапы процесса оценки при затратном, доходном и сравнительном подходе к оценке. Нормативная база оценки стоимости бренда. Основные понятия и формулы для оценки стоимости бренда. Процесс оценки стоимости бренда. Значение оценки стоимости бренда для потребителя, компании, акционеров. Основные подходы и методы оценки стоимости брендов.

Название дисциплины	Оценка эффективности маркетинговой деятельности
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов маркетингового мышления и приобретение компетенций, позволяющих применять современные концепции, модели и методы оценки эффективности и результативности маркетинга, включая цифровую среду.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Тема 1 Понятие эффективнос ти и результативн ости маркетинга.	Предмет и содержание дисциплины, ее структура и взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Маркетинг и результаты деятельности компании. Содержание и значение управления результативностью маркетинга. Проблемы управления результативностью маркетинга. Понятие эффективности маркетинга.
Тема 2 Подходы к оценке результативн ости маркетинга.	Проблемы измеримости маркетинговых результатов и оценки вклада маркетинга в деятельность компании. Внутренняя и внешняя эффективность. Маркетинг, ориентированный на стоимость. Маркетинговые источники стоимости. Модели продуктивности маркетинга.
Тема 3 Функции и виды показателей.	Классификация показателей результативности бизнеса. Виды и функции показателей. Уровни показателей в зависимости от цели. Показатели как производные стратегии и ключевых факторов успеха.
Тема 4 Ключевые показатели маркетингов ой деятельности : показатели рыночной эффективнос ти.	Показатели рыночной эффективности. Понятие потенциала рынка и факторов его сдерживающих. Оценка потенциальной и фактической емкости рынка. Анализ и прогнозирование продаж. Индекс развития рынка. Модель освоения доли рынка.
Тема 5 Ключевые показатели маркетингов ой деятельности : показатели конкурентно й эффективнос ти	Карта стратегических групп. Карта восприятия рынка. Оценка конкурентов по показателям внешней эффективности и показателям операционной эффективности. Показатели конкурентоспособности.
Тема 6 Показатели деятельности клиента: анализ клиентской базы данных.	Стадии развития отношений с клиентами. Привлечение клиентов. Продуктивность воронки продаж. Удержание клиентов. Удовлетворенность клиента. Методы оценки удовлетворенности потребителей. Лояльность и методы ее измерения. Теория ценности клиента: ценность от клиента и ценность для клиента. Формирование клиентской базы. Методы анализа клиентской базы. Экономика удовлетворенности и лояльности.
Тема 7 Показатели эффективнос ти интернет маркетинга.	Метрики интернет маркетинга. Оценка эффективности маркетинговых политик по продвижению бренда в интернет среде. Визуализация данных.

Название дисциплины	Поведение потребителей
--------------------------------------	-------------------------------

Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Привить практические навыки сбора и анализа маркетинговых данных о потребителях с использованием разнообразных качественных методов сбора, обработки и анализа информации в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений в различных сферах деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные макроэкономические тренды поведения современного потребителя. Особенности поведения российского потребителя. Модели потребления.	Современные макротренды поведения потребителей. Влияние макросреды на поведение российских потребителей. Модели потребления.
Тема 2 Подходы к исследованию психографических детерминант потребителя. Влияние стиля жизни и социального класса на потребительское поведение.	Личность и поведение потребителей. Психологические свойства личности: характер, темперамент, тип отношения к окружению, память, самопонятие. Маркетинговое значение индивидуальных детерминант потребителей (ценности, интересы, убеждения). Потребности, мотивы и стимулы потребителя. Различные подходы к классификации потребностей индивидуума. Мотивационные модели.
Тема 3 Исследование потребительских предпочтений на основе типологии потребителей.	Феноменологические модели, основанные на изучении стилей жизни потребителей (Vals-модели, Sinus-модели). Примеры типологии стилей жизни в Европе и в России. Социальная стратификация и её влияние на поведение потребителей.
Тема 4 Методы сбора и обработки маркетинговой информации	Классификация факторов по степени влияния на потребителя. Факторы внешнего влияния: культурные, социальные (группы и личности влияния), массовые коммуникации, научно-технические и др. Виды и структура групп влияния (референтные группы). Влияние ситуационных факторов на принятие решений потребителем. Понятие семьи и домохозяйства как организованного потребителя. Структура «закупочного» центра и ролевое поведение членов семьи при покупке товаров. Влияние детей на решение о покупке семьёй.

о факторах влияния на потребительское поведение. Движущие силы потребителя.	Гендерные особенности поведения членов семьи. Фазы жизненного цикла семьи и их связь с покупательским поведением.
Тема 5 Подходы к исследованию поведенческих детерминант потребителей .	Поведенческие факторы (восприятие, научение, отношение, выгоды, частота потребления, место и частота покупок, повод для совершения покупки, уровень вовлеченности)
Тема 6 Классификация моделей поведения потребителей . Модели принятия решения о покупке.	Классификация моделей поведения потребителей. Модель процесса принятия решения потребителем: осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, принятие решения, покупка, реакция на покупку. Классификация решений, принимаемых потребителями по продолжительности, по степени сложности, по степени вовлеченности в процесс покупки. Типы покупок: новые покупки, повторные покупки, импульсные покупки. Переменные, формирующие процесс принятия решения о покупке: особенности товара, индивидуальные особенности покупателя, влияние среды. Характеристика реакции потребителя на покупку.
Тема 7 Модели восприятия и переработки маркетинговой информации потребителем.	Этапы и особенности процесса восприятия. Классификационный подход к процессам восприятия и переработки маркетинговой информации. Характеристика познавательных процессов восприятия: мышление, научение, ощущение, воображение. Модель научения и анализ факторов, влияющих на научение потребителей. Описание трехкомпонентной модели отношения. Свойства отношения. Методы расчёта отношения. Решение проблем, связанных с негативным отношением потребителя. Организация восприятия торговой марки. Мультиатрибутивное позиционирование товара (марки) по воспринимаемым характеристикам. Построение карты восприятия. Базовая модель восприятия рекламы.

Название дисциплины	Принятие решений на основе данных
Кафедра	Кафедра прикладной математики и экономико-математических методов
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области принятия оптимальных решений на основе данных, получаемых в условиях полной определенности, неопределенности и риска, с использованием математических и статистических методов и моделей.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Data-ориентированный подход к анализу данных.	Data-ориентированный подход к анализу данных. Этапы принятия решений на основе данных. Обобщенный алгоритм принятия решений с использованием принципов управления на основе данных, CRISP-DM. V-модель Больших данных.
Тема 2 VI-решения для аналитики	Выявление закономерностей в данных, построение гипотез и их проверка с помощью моделирования. VI-решения для аналитики данных и принятия решений. Аналитические дашборды.

данных и принятия решений.	
Тема 3 Моделирование на основе статистического вывода.	Моделирование на основе статистического вывода. Оценка важности переменных. Подготовка и визуализация информационно-аналитических отчетов.
Тема 4 Управление маркетингом на основе данных.	Управление маркетингом на основе данных. Ключевые показатели эффективности. Поиск ассоциативных правил. Анализ «рыночной корзины».
Тема 5 Особенности работы с большими объемами данных.	Особенности работы с большими объемами данных. Скрытые закономерности в больших данных. Методы снижения размерности. Применение метода главных компонент и его нелинейных аналогов. Работа с текстовыми данными.

Название дисциплины	Продакт-менеджмент и маркетинг инноваций
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование теоретических представлений о принципах продакт-менеджмента, а также практических навыков по применению теоретических знаний для решения практических задач в области продакт-менеджмента. Уметь продвигать инновационные продукты.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение. Цели и задачи курса. Продакт-менеджмент в системе маркетинга организации.	Значение дисциплины для подготовки маркетологов. Продакт-менеджмент как организационная функция компании. Продакт-менеджмент как составляющая системы маркетинга организации.
Тема 2 Система продакт-менеджмента организации.	Основные компоненты системы продакт-менеджмента организации. Продуктовое планирование. Маркетинг продукта. Программное и проектное управление.
Тема 3 Анализ привлекательности товарной категории.	Общее представление о привлекательности продуктовой категории. Основные факторы рынка. Рост рынка. Цикличность продаж. Сезонность продаж. Уровень и вариативность прибыли. Факторы категории. Позиция покупателей на рынке. Позиция поставщиков на рынке. Анализ внешней среды. Экономические факторы. Нормативные факторы. Социальные факторы.
Тема 4 Прогнозирование потенциала рынка и	Потенциал рынка. Источники информации. Потенциал нового или находящегося на стадии роста продукта. Потенциалы продуктов, находящихся на стадии зрелости. Методы оценки потенциалов рынка и продаж. Прогнозирование продаж.

объема продаж товаров.	
Тема 5 Введение в ассортиментную политику организации.	Понятие ассортимента и номенклатуры. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия.
Тема 6 Основы проектирования ассортиментной политики.	Этапы разработки ассортиментной политики предприятия. Подходы к построению ассортиментной стратегии. Работа с поставщиками: построение системы оценки, методы выбора основных для компании поставщиков. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере товарного производства. Формирование ассортимента на предприятии оптовой торговли. Розничное торговое предприятие и формирование товарного ассортимента. Изменение ассортимента: принятие решения о вводе нового продукта, принятие решения о выводе старого продукта.
Тема 7 Основные положения концепции маркетинга инноваций.	Комплекс маркетинга инноваций. Основные этапы маркетинга инноваций. Стратегический и оперативный маркетинг инноваций.
Тема 8 Маркетинг инноваций в сфере продакт-менеджмента	Продакт-менеджеры технологического продукта. Менеджеры по инновациям в системе продакт-менеджмента. Модели работы с инновационными продуктами.

Название дисциплины	Проект: Рыночная маркетинг-аналитика
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Развить способности к проектной работе, сформировать знания и навыки в сфере маркетингового анализа ситуации, обоснования маркетинговых решений и продвижения результатов проектной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Планирование работ по проекту.	Ознакомление с предметной областью. Формулирование проблемной ситуации, постановка цели и задач проектной работы. Определение ролей в проектной команде. Составление календарного графика проекта. Проведение бенчмаркинг-исследования.
Тема 2 Проведение конкурентного анализа.	Выявление конкурентов и субститутов, составление их профиля. Анализ маркетинговой политики конкурентов, оценка сильных и слабых сторон конкурирующих предложений.
Тема 3 Анализ каналов дистрибуции и существующих /	Составление дизайна и проведение эмпирического маркетингового исследования покупателей и мест покупки. Оценка емкости рынка. Характеристика мотивов покупки и факторов, влияющих на процесс покупки. Выявление факторов удовлетворенности и лояльности. Выявление критериев выбора каналов дистрибуции и конкретных дистрибуторов

потенциальных потребителей продукта.	
Тема 4 Анализ внешней макросреды.	PESTLE, SWOT, SPACE, NOISE анализы
Тема 5 Анализ каналов продвижения и расчет бюджета маркетингового проекта.	Выбор методов и каналов продвижения. Оценка необходимого бюджета на онлайн-мероприятия. Оценка необходимого бюджета на оффлайн-мероприятия.
Тема 6 Обоснование маркетингового решения.	Предложение бизнес-модели. Разработка комплекса маркетинговых мероприятий: ассортиментная политика, ценовая политика, мульти/омни-канальная система сбыта. Предложение креативной концепции продвижения, адаптация к различным оффлайн/онлайн-носителям.
Тема 7 Подготовка презентации и защита проекта.	Подготовка и защита презентации в присутствии представителей работодателей.

Название дисциплины	Производственная логистика
Кафедра	Кафедра логистики и управления цепями поставок
Цель освоения дисциплины	Освоение теоретических положений и практических подходов, овладение методологией эффективной логистической организации и управления производственной деятельностью предприятия в условиях рынка, необходимых для формирования квалифицированных специалистов логистики.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Производство и производственная логистика в системе экономической деятельности.	Производство как сфера (отрасль) предпринимательской деятельности. Промышленное производство материальных ценностей (продуктов и услуг) в структуре воспроизводственного цикла национальной экономики. Производство в общей структуре воспроизводственного цикла экономической деятельности промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Производство как основное звено логистической цепи «закупка – производство – распределение». Типология логистики. Классификация логистики по отраслевому, ресурсному и функциональному признакам. Производственная логистика в системе логистики. Производственная логистика как отраслевая логистика. Внутрипроизводственная логистика как функциональная логистика. Понятие логистического производственного потока.
Тема 2 Логистика промышленного производства.	Организация промышленного производства: принципы и формы. Концентрация производства. Специализация и кооперирование производства. Комбинирование производства. Логистика организации промышленных структур (групп, объединений). Вертикальная интеграция. Горизонтальная интеграция. Логистический поток промышленного производства. Производство. Формы и методы организации производства. Типы производства. Проектирование и организация производственных процессов.

<p>енные процессы: структура, содержание и организация.</p>	<p>Производственный процесс и его структура. Производственный цикл и его структура. Организация производственных процессов в пространстве. Организация производственных процессов во времени: виды организации движения материальных потоков.</p>
<p>Тема 3 Производственная логистика в системе логистического менеджмента. Экономическое содержание производственной логистики.</p>	<p>Производство в общей структуре воспроизводственного цикла промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Производственно-технологический цикл создания ценности (продукта, услуги). Концепция логистического менеджмента. Структура и функциональный интерфейс в системе логистического менеджмента. Производственная логистика как функциональная составляющая системы логистического менеджмента. Принципы, цели и задачи производственной логистики. Содержание и функции производственной логистики. Интегрированная система управления производством. Производство в системе создания ценности (в системе функциональной деятельности) промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Производство в цепочке (микрологистической системе) создания ценности (продукта, услуги) промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Структура и содержание производственной деятельности. Экономическое содержание производственной составляющей в структуре процесса создания ценности (продукта, услуги). Производство как источник конкурентного преимущества.</p>
<p>Тема 4 Конкурентоспособность промышленного субъекта: конкурентная и логистическая стратегия производства.</p>	<p>Производственная стратегия в общей структуре стратегических решений промышленного субъекта (предприятия, фирмы): конкурентная стратегия – стратегия роста – маркетинговая стратегия (стратегия позиционирования) – сбытовая стратегия – стратегия производства – стратегия ресурсного обеспечения. Производственный фактор конкурентного преимущества. Структура и содержание производственной стратегии. Логистика конкурентного развития промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Логистическая стратегия промышленного субъекта (предприятия, фирмы). Логистическая стратегия производства: содержание и структура.</p>
<p>Тема 5 Логистические производственные концепции и системы.</p>	<p>Микрологистические внутрипроизводственные системы управления материальными потоками (толкающего и тянущего типов). Структура и организация основных производственных потоков предприятия. Концепция «Requirements/resourceplanning» (RP) – «Планирование потребностей/ресурсов» и основанные на ней системы толкающего типа стандарта MRP. Структура систем, содержание и механизм функционирования. Концепция «Just-in-time» (JIT) – «Точно-в-срок» и основанные на ней системы тянущего типа: «KANBAN», «Lean production». Система «KANBAN»: цели, структура, процесс функционирования. Социальная, техническая и производственная подсистемы «KANBAN». Система «Lean production». Сравнительный анализ логистических производственных систем толкающего и тянущего типов. Концепции горизонтальной и вертикальной интеграции и развитие микрологистических систем. Система «Enterprise Resource Planning» (ERP) – «Планирование ресурсов предприятия». Система «Customer Synchronized Resource Planning» (CSRП) – «Планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем».</p>
<p>Тема 6 Логистическая система планирования</p>	<p>Структура системы планирования. Совокупное (агрегатное) планирование производства: концепция, цель, процесс, содержание, стратегии, методы. Деагрегирование. Управление процессом производства и производственными материально-техническими ресурсами (потоками ресурсов) и запасами: доставка – хранение – перемещение – использование (потребление). Концепция контроллинга производства: цели, содержание, функции, объекты.</p>

производства	Мониторинг затрат и результатов производства. Оперативно-производственное планирование (ОПП). Система ОПП: выталкивающий и вытягивающий типы, массовое и серийное производство. Оперативно-календарное планирование (ОКП) и календарно-плановые нормативы (КПН). Составление расписаний и графиков. Распределение операций по рабочим центрам (производственным цехам, участкам). Установление последовательности работ. Оптимизация узких мест. Максимизация рабочего потока.
---------------------	--

Название дисциплины	Производственная практика (преддипломная практика)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Закрепление у обучающегося знаний, умений и практических навыков и компетенций, полученных в процессе обучения, овладение производственными (функциональными) навыками и современными методами управления, сбор эмпирического материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап.	Установочное организационное собрание; составление индивидуального задания на практику, заполнение личного листка, оформление документов; прохождение инструктажа по технике безопасности и правилам внутреннего распорядка.
Тема 2 Основной этап.	Выполнение заданий практики: сбор, систематизация информации; обработка и анализ фактического материала, подготовка отчета.
Тема 3 Заключительный этап.	Редактирование и окончательное оформление отчета, личного листка и инд. задания, защита отчета комиссии.

Название дисциплины	Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Закрепление и углубление теоретической подготовки и профессиональных знаний студентов, а также опыта участия в маркетинговом проекте, овладение необходимыми универсальными и профессиональными компетенциями по избранному направлению подготовки.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап.	Посещение организационного собрания. Выбор базы практики. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Получение индивидуального задания и оформление необходимых документов.
Тема 2 Основной этап.	В рамках индивидуального задания проведение маркетингового эмпирического исследования (количественного или качественного). Анализ и интерпретация полученных результатов.
Тема 3 Заключительный этап.	Подготовка, редакция, оформление отчета по прохождению практики. Подготовка к защите отчета.

Название дисциплины	Профессиональный иностранный язык
Кафедра	Кафедра английского языка № 1

Цель освоения дисциплины	Формирование иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции, которая включает в себя общеобразовательный, лингвистический, социокультурный, стратегический, специальный, дискурсивный, информационный и бизнес компоненты.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Торговые отношения.	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Торговля на зарубежных рынках. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Страдательный залог. Содержание темы: Ведение переговоров Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Значение международных рынков в рыночной экономике</p>
Тема 2 Конкуренция	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Конкуренция в бизнесе. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Условные предложения. Содержание темы: Ведение переговоров Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Значение конкуренции в рыночной экономике</p>
Тема 3 Финансы.	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика</p>

	<p>различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Финансы компании Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта).</p> <p>Содержание темы: Описание основных тенденций инвестиционной деятельности Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Презентация продукта потенциальным инвесторам</p>
<p>Тема 4 Лидерство.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Лидерство. Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Страдательный залог, условные предложения. Инфинитив. Содержание темы: Лидерские качества Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Подготовка презентации</p>
<p>Тема 5 Устройство на работу.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Трудоустройство Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Пассивный залог, условные предложения. Герундий, инфинитив. Содержание темы: Конкуренция при трудоустройстве Развитие навыков монологической</p>

	<p>речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Подготовка презентации</p>
<p>Тема 6 Этика в бизнесе.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Этика в бизнесе Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Пассивный залог, условные предложения. Содержание темы: Этика составления профессионального резюме Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Понятие качества продукции</p>
<p>Тема 7 Качество.</p>	<p>Ознакомление с лексическим материалом по теме в объеме, необходимом для чтения и общения на иностранном языке. Стилистическое оформление иноязычной речи: понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях и стиле художественной литературы. Понятия о стилях. Основные особенности научного стиля. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Содержание темы: Качество продукта Обучение изучающему чтению и реферированию текстов учебной и научной тематики. Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале лингвострановедческого характера, в том числе с газетным текстом, объявлениями, текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Пассивный залог, условные предложения. Содержание темы: Проблемы качества Развитие навыков монологической речи (сообщение) и диалогической речи (диалог). Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Восприятие диалогической и монологической иноязычной речи в естественном темпе в основных коммуникативных ситуациях (аутентичные монологические и диалогические тексты, в том числе профессионально ориентированные), с разной полнотой и точностью понимания их содержания. Содержание темы: Понятие качества продукции</p>

<p>Название дисциплины</p>	<p>Социология</p>
-----------------------------------	--------------------------

Кафедра	Кафедра социологии и управления персоналом
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов необходимых компетенций, способствующих пониманию закономерностей общественного развития, моделирование личностных и профессиональных качеств, а так же готовности к коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Социология как наука об обществе	Социологический взгляд на общество Объект и предмет социологии Социология в системе наук Уровни социологического анализа Структура социологического знания
Тема 2 Становление и развитие социологии	Предыстория и социально-философские предпосылки возникновения социологии Позитивистская социология О.Конта Органическая теория общества Г.Спенсера Социологические воззрения Э.Дюркгейма "Понимающая" социология М.Вебера Социологическая теория марксизма Социологическая мысль в России. Основные направления современной социологии
Тема 3 Общество как социальная система	Понятие общества в социологии и его основные признаки Общество как социальная система, его структура и основные элементы Типология обществ "Современное общество" и основные направления его развития
Тема 4 Социальная структура и стратификация общества	Сущность понятия "социальная структура" Исторически сложившаяся система социальной стратификации Марксистская традиция в классовом анализе общества Критерии социальной стратификации Социальная мобильность и маргинальность Структурные факторы социальных проблем: бедность и неравенство
Тема 5 Социальные институты и социальные организации	Сущность социальных институтов Институциональная организация общества типология и функционирование социальных институтов Социальные организации: сущность, типология, функции Социальные регуляции общественных отношений Социальный контроль и социальные санкции
Тема 6 Культура как социальное явление	Культура как объект социологического познания Разнообразие теоретических подходов к изучению и пониманию культуры Основные элементы и функции культуры Формы и типы культуры Развитие и распространение культуры в современном обществе
Тема 7 Личность и общество. Социализация личности	Понятие, структура и типы личности Основные подходы в изучении личности Социализация личности: сущность, содержание, основные этапы, агенты и институты Социальное поведение и социальный контроль
Тема 8 Прикладная социология	Прикладная и академическая социология: функции и область применения Общая характеристика методов социологического исследования Этапы и виды социологического исследования Количественные методы сбора социологической информации Методы анализа и интерпретации данных Качественные стратегии в социологических исследованиях

Название дисциплины	Теория вероятностей и математическая статистика
Кафедра	Кафедра высшей математики

Цель освоения дисциплины	Изложить необходимый математический аппарат и привить бакалаврам навыки его использования при анализе и решении профессиональных задач.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Случайные события.	Предмет теории вероятностей и ее значение для экономической науки. Пространство элементарных событий. Алгебра событий. Понятие случайного события.
Тема 2 Вероятность случайного события.	Элементы комбинаторики. Частота события, ее свойства. Аксиомы теории вероятностей. Простейшие следствия из аксиом. Классическое и геометрическое определения вероятности случайного события. Теорема сложения вероятностей. Условная вероятность события. Формула умножения вероятностей. Независимые события. Формула полной вероятности и формула Байеса. Схема Бернулли. Формула Бернулли. Теоремы Муавра-Лапласа (без доказательства).
Тема 3 Случайные величины.	Понятие случайной величины. Дискретные случайные величины (ДСВ). Законы распределения. Биномиальное распределение. Распределение Пуассона. Математическое ожидание ДСВ, его вероятностный смысл. Свойства математического ожидания случайной величины. Дисперсия случайной величины, ее свойства. Среднее квадратическое отклонение. Моменты случайных величин. Непрерывные случайные величины (НСВ). Функция распределения случайной величины, ее свойства. Плотность распределения вероятностей случайной величины, ее свойства. Мода, медиана. Математическое ожидание, дисперсия и среднее квадратическое отклонение НСВ. Равномерное распределение. Нормальное распределение. Правило трех стандартов.
Тема 4 Элементы корреляционной теории.	Системы случайных величин. Независимые случайные величины. Функциональная зависимость и корреляция. Функция регрессии. Корреляционный момент и коэффициент корреляции.
Тема 5 Основы выборочного метода и элементы статистической теории оценивания.	Генеральная и выборочная совокупности. Вариационный ряд, интервальный вариационный ряд. Полигон, гистограмма. Выборочная функция распределения. Числовые характеристики выборки. Точечное оценивание параметров распределения. Несмещенность, состоятельность и эффективность оценки. Выборочная средняя как оценка генеральной средней. Оценка генеральной дисперсии.
Тема 6 Проверка статистических гипотез.	Методика проверки статистических гипотез. Типы статистических гипотез. Ошибки Первого и второго рода.

Название дисциплины	Теория менеджмента
Кафедра	Кафедра проектного менеджмента и управления качеством
Цель освоения дисциплины	Изучение студентами основополагающих представлений о менеджменте и формировании управленческого мышления как основы деятельности современного менеджера.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управленческая мысль в процессе	Менеджмент до эпохи промышленных революций. Социальное управление в доисторическую эпоху. Социальное управление в древности. Достижения управленческой мысли в античности. Социальное управление и менеджмент в Средние века и в эпоху Возрождения.

<p>становление цивилизации</p>	
<p>Тема 2 Возникновение и развитие производственного менеджмента и теории менеджмента</p>	<p>Условия становления менеджмента. Мануфактура и фабрика. США как родина современного менеджмента. Ф.У.Тейлор как основоположник современного научного менеджмента. Г.Л. Гантт и календарное планирование. Супруги Гилбрет (Фрэнк и Лилиан) и рациональные трудовые движения. Г.Эмерсон и принципы производительности. Г.Форд как последовательный сторонник тейлоризма. Школа научного менеджмента. Триумфальное шествие тейлоризма по планете. Классическая школа менеджмента. А. Файоль и функции менеджмента. М.Вебер и концепция рациональной бюрократии. Формальная и неформальная организации. Ч.Барнард. Принципы Гьюлика-Урвика. А. Слоун и идея бизнес-единиц (дивизионы). Школа человеческих отношений как реакция на тейлоризм. М.П.Фоллет. Э.Мэйо, Ф.Ротлисбергер и хоуторнские эксперименты. Школа поведенческих наук. А.Маслоу, Д.МакГрегор. Теория X и теория Y. Теория менеджмента во второй половине XX века. Эмпирическая школа менеджмента. Школа социальных систем. Новая школа менеджмента (количественная). Песоналии второй половины XX века: Адизес, Акофф, Ансофф, Деминг, Друкер, Минцберг, Оучи, Питерс, Портер, Пригожин, Уотермен, Хаммер, Хендерсон, Хэнди. Будущее менеджмента. Парадигмы современного менеджмента.</p>
<p>Тема 3 Менеджмент в России.</p>	<p>Менеджмент на российских предприятиях в конце XIX - начале XX века. Менеджмент в период НЭПа. О.А.Ерманский. А.К.Гастев. А.А.Богданов и тектология. Характерные черты менеджмента в период жесткой командной экономики (1930-1980-е годы). Менеджмент в России в период перехода к рыночной экономике (90-е годы). Современный российский менеджмент. Социальная ответственность современного российского менеджмента.</p>
<p>Тема 4 Систематизация функций менеджмента . Функции целеполагания и планирования.</p>	<p>Процессный подход к менеджменту. Систематика функций менеджмента. Файоль о функциях менеджмента. Функции в трактовке современных гуру менеджмента. Отечественные авторы о функциях менеджмента. Школа СПбГЭУ о функциях менеджмента. Типизация функций менеджмента. Функция формирования целей. Ценности, их иерархия в конкретных организациях. Видение. Миссия. Определение цели. Систематизация целей организации. Дерево целей как инструмент целеполагания. Функция планирования. Содержание функции. Планы организации. Виды планов (по времени, по предмету и т.п.). Взаимосвязь планов. Технология планирования. Методы планирования. Нормативный метод. Экстраполяция. Балансовый метод. Методы календарного планирования (графики Гантта, сетевые графики).</p>
<p>Тема 5 Функция организации.</p>	<p>Определение функции организации. Организация как процесс создания структуры организации. Организация как процесс формирования взаимоотношений полномочий. Бюрократическая и адаптивная модель в менеджменте. Структуры бюрократической модели: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная. Структуры адаптивной модели: проектная (программно-сетевая), матричная, сетевая, виртуальная. Делегирование. Полномочия. Ответственность. Линейные полномочия. Скалярная цепь. Высокие и плоские организации. Принцип единоначалия. Норма управляемости. Аппаратные полномочия. Тип аппарата. «Сила» и «широта» аппаратных полномочий.</p>
<p>Тема 6 Функции контроля и регулирования.</p>	<p>Необходимость контроля. Роль организованного учета. Оценка и анализ. Виды контроля. Методы контроля. Функция регулирования. Определение функции регулирования. Основные направления регулирования: устранение отклонений; пересмотр стандартов. Реактивное и проактивное регулирование. Обратная связь как условие регулирования.</p>

<p>Тема 7 Связующие функции: функция разработки и принятия решений, функция установления коммуникаций, функция мотивирования.</p>	<p>Определение функции разработки и принятия решения. Фоновый характер функции. Управленческие решения. Требования к управленческим решениям. Классификация управленческих решений. Этапы разработки рационального управленческого решения. Модели и методы разработки и принятия решений. Режимы принятия управленческого решения. Коллегиальное принятие решений. Коллективное принятие решений. Классическая, административная и политическая модель принятия решений. Определение функции установления коммуникаций. Фоновый характер функции. Типология коммуникаций. Коммуникативная компетентность менеджера. Внешняя и внутренняя коммуникации. Формы коммуникаций: устная, письменная, личная, визуальная, вербальная, невербальная. Формальные коммуникации: восходящие, нисходящие, горизонтальные. Неформальные коммуникации: «прогулочное управление», «тайный телеграф». Слухи и их эффективность. Технология и результативность коммуникации. Общая схема коммуникативного процесса. Критерии выбора канала коммуникации. Цели установления коммуникаций. Результаты коммуникационного процесса.- Функция мотивирования. Теории мотивирования. Содержательные и процессуальные теории. Теория потребностей А.Маслоу. Развитие теории потребностей К.Альдерфером. Развитие теории потребностей Б.М.Генкиным. Теория приобретенных потребностей МакКлелланда. Теория двух факторов Герцберга. Теория ожиданий Врума. Теория справедливости Адамса. Теория мотивирования Портера-Лоулера. Технология мотивирования. Коллективное и индивидуальное мотивирование. Использование внешнего вознаграждения: материальные и нематериальные стимулы. Использование внутреннего вознаграждения: работа, которая нравится. Мотивация достижения и мотивация избегания по В.И.Герчикову.</p>
<p>Тема 8 Концептуальные основы теории организации.</p>	<p>Элементы общей теории управления. Субъект и объект управления. Деятельность управляющего субъекта. Управляющие воздействия. Механизм обратной связи. Воздействия возмущающего характера. Элементы теории систем в менеджменте. Определение системы. Качества, характеристики и закономерности систем. Эмерджентность и аддитивность. Свойство связи, организации, избыточности, изоморфизма. Системные законы. Закон сохранения. Закон возрастающей энтропии. Закон наименьших. Закон равновесия. Закон необходимого разнообразия Эшби. Закон необходимости структурных изменений. Принцип минимума диссипации. Закономерности систем. Признаки классификации систем по Акоффу. Детерминированные, анимационные, социальные, экологические системы. Системные модели в менеджменте. Детерминированная модель. Анимационная модель. Социально-системная модель. Средовая или экологическая модель. Внесистемные элементы в организациях. Элементы институциональной теории. Определение институтов. Три источника институтов. Регулятивный источник. Нормативный источник. Когнитивный источник. Носители институтов. Культурные носители. Социально-структурные носители. Рутинны. Метафоричность в теории организации. Законы организации.</p>
<p>Тема 9 Организация как объект и субъект менеджмента</p>	<p>Организация как обобщающее понятие в менеджменте. Всеобщность и многообразие организаций. Классификация организаций. Жизненный цикл организации. Теория И.Адизеса. Корпорации. Модели корпоративного управления. Государственные корпорации. Транснациональные корпорации. Объединения организаций. Холдинги. Концерны. Тресты. Кластеры. Государственно-частное партнерство. Социальная ответственность организаций.</p>
<p>Тема 10 Организация как элемент</p>	<p>Межорганизационные отношения как императив и социальная реальность. Теория ресурсной зависимости Пфедфера и Саланчика. Факторы межорганизационного влияния. Взаимозависимость. Социальный контроль.</p>

социальной среды.	Свобода распоряжаться ресурсами. Уравновешивающая сила и асимметричная зависимость. Поглощение ограничения. Отраслевые ассоциации. Федерации агентств. Совместные предприятия. Совместные программы в социальной сфере. Переплетенные советы директоров. Отношения типа «агентство-спонсор». Критические факторы формирования межорганизационных отношений. Необходимость. Асимметрия. Взаимная выгода. Эффективность. Стабильность. Легитимность.
Тема 11 Поведенческие отношения в организации.	Организация и личность. Поведенческие реакции или техники существования. Типы поведения личности. Организация и группа. Группа и личность. Расположение, верования, ценности, принципы. Личность и группа как внесистемные элементы в организации.
Тема 12 Организационная культура как инструмент выстраивания организационного поведения.	Понятие организационной культуры и типология организационных культур. Источники организационной культуры. Уровни организационной культуры. Типы организационной культуры по Ч.Хэнди. Типы организационной культуры по Дж.Сонненфельду. Ценности организации как инструмент формирования поведения сотрудников. Степень самостоятельности работников. Принципы и методы общения. Внешний вид работника. Организация питания. Степень пунктуальности и вежливости персонала. Ориентация на социальную ответственность. Взаимоотношения в коллективе. Процесс развития работников. Слухи и истории из жизни организации. Мотивация сотрудников. Методика исследования менталитета сотрудников организации Г.Хофстеде.
Тема 13 Групповое поведение в организации.	Типология групп и групповая динамика. Формальные и неформальные группы. Командная, директивная, целевая группы. Комитет (комиссия). Большие и малые группы. Причины формирования формальных и неформальных групп. Групповая динамика. Факторы групповой динамики. Партиципативный менеджмент. Конфликты как модели группового поведения. Типология конфликтов. Функциональные и дисфункциональные последствия конфликтов. Управление конфликтом. Способы предотвращения конфликтов. Методы разрешения конфликтов.
Тема 14 Власть и лидерство в организации.	Власть. Влияние. Основания для законной власти по М.Веберу. Легитимная власть. Личная власть. Харизма. Подчинение и приверженность как результат использования власти. Соотношение понятий «власть», «лидерство», «руководство». Организационная и естественная иерархия как источники власти и лидерства. Современные теории лидерства. Стили руководства. Теории руководства. Теория великих людей. Поведенческий подход к руководству. Ситуационный подход к руководству. Координатная сетка управления Блэйка-Моутон. Ситуационная модель руководства Фидлера. Подход Митчелла-Хауса «путь-цель». Теория жизненного цикла Херси-Бланшара. Модель принятия решений руководителем Врума-Йеттона. Субституты и нейтрализаторы.

Название дисциплины	Управление брендами
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Обучение студентов необходимым знаниям и базовым умениям по созданию, управлению и развитию брендов в системе маркетинг-менеджмента.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Роль и значение брендинга в	Происхождение слова «brand». Современные значения слова «brand». 14 экономических значений термина «бренд». Бренд как семиотический знак. Три ключевые функции бренда. Функции бренда для потребителей. Четыре

<p>системе управления маркетингом</p>	<p>уровня значения бренда для потребителей. Бренд как четырехуровневая коннотативная система. Основные функции бренд-менеджмента и бренд-маркетинга. Значения бренда для производителей.</p>
<p>Тема 2 Стратегический бренд-менеджмент.</p>	<p>Значение бренда и брендинга для внешних целевых групп. Значение бренда и брендинга для различных подразделений в компании. Влияние основных целевых групп на параметры капитала бренда и финансовые показатели деятельности компании. Дерево бренд-ориентированного бизнеса. Стратегии лидерства и дифференциации в бренд-менеджменте. Эволюция ключевых концепций стратегического брендинга. Концепция управления капиталом бренда. Согласование стратегии брендинга со стратегией бизнеса. Стратегия внедрения бренда в различные целевые группы. Организация бренд-ориентированного бизнеса.</p>
<p>Тема 3 Реализация комплекса бренд-маркетинга на предприятии</p>	<p>Сущность и специфика основных подходов к бренд-маркетингу. Модель влияния бренда на потребительский спрос и рыночные показатели компании. Стратегия повышения конкурентоспособности брендового товара. Особенности товарно-ассортиментной политики бренд-маркетинга. Сходство и отличия бренда и товара. Диалектика связи значений товара и бренда. Маркетинговые исследования товарных границ бренда. Особенности ценовой политики бренд-маркетинга. Эластичность спроса по цене для товара и бренда. Измерение эластичности спроса по цене брендового товара согласно методикам Price Ladder, Price Sensitivity Meter и Brand-Price Trade-Off. Специфика сбытовой политики бренд-маркетинга.</p>
<p>Тема 4 Разработка идентичности бренда.</p>	<p>Природа, сущность и специфика понятия «идентичность бренда». Важность характерных особенностей бренда для современного брендинга. Идентичность – важнейшая составляющая бренда. Отличие характерных особенностей бренда от его имиджа. Отличие характерных особенностей бренда от его позиционирования. Главная опасность для характерных особенностей бренда. Пять ловушек системы характерных особенностей бренда. Требования к системе характерных особенностей бренда. Структурные модели идентичности бренда: Brand Identity System, Brand Identity Prism, модель Л. де Чернатони, 4D-branding, модель К. Келлера, Brand Wheel, модель Е. Ю. Петровой, Brand Platform, BrandWorks, Thompson Total Branding, Brand Key, Brand Pyramid, Пять кругов индивидуальности бренда. Собственные торговые марки розничных сетей.</p>
<p>Тема 5 Правовые аспекты брендинга.</p>	<p>Сущность и специфика понятий «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации». Бренд как объект интеллектуальной собственности. Краткая история товарных знаков в мире и в России. Часть четвертая Гражданского кодекса РФ. Правовая защита от недобросовестной конкуренции. Регистрация товарных знаков. Современная практика применения товарных знаков в России. Структура и содержание МКТУ 11. Международная регистрация товарных знаков (Мадридское соглашение). Отказ от регистрации товарного знака. Знак охраны зарегистрированных товарных знаков. Современные тренды в регистрации товарных знаков. Общеизвестные товарные знаки. Наименования мест происхождения товаров. Социологическая экспертиза. Лишение товарного знака правовой охраны.</p>
<p>Тема 6 Управление коммуникациями бренда.</p>	<p>Разработка коммуникационной стратегии бренда. Составление коммуникативной карты бренда. Коммуникативный код бренда. Лицо бренда: выражение индивидуальности в рекламе. Выражение ценностей бренда в рекламе. Формирование доверия, уважения и репутации бренда посредством рекламы. Мировые звезды: демонстрация статуса и престижа бренда. Персонажи – символы бренда. Эмбиент – реклама бренда. Реклама «на грани» запрета. Роль product placement в коммуникациях бренда. Возможности рекламного текста. Аудиальная образность бренда. Роль связей с</p>

	общественностью в коммуникациях бренда. Спонсорство и благотворительность как средство продвижение бренда. Специальные события в брендинге. Естественные коммуникаторы брендов. Интеграция брендов в культуру.
--	--

Название дисциплины	Управление маркетинговыми каналами
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование глубоких теоретических представлений о структуре маркетинговых каналов, принципах управления и основах проектирования каналов, а также практических навыков по применению теоретических знаний для решения практических задач в сфере управления маркетинговыми каналами.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение. Цели и задачи курса. Классификация каналов товародвижения.	Значение дисциплины для подготовки маркетологов. Цели и стратегии компании в сфере реализации продукции и услуг. Классификация каналов товародвижения: маркетинговые, сбытовые, дистрибьютивные, торговые. Понятие о цепочке поставок и цепочке ценностей. Определение маркетинговых каналов.
Тема 2 Функции управления и структура маркетинговых каналов.	Основные задачи и функции управления маркетинговыми каналами. Функциональные блоки управляющего органа предприятия-производителя. Типология структур маркетинговых каналов. Вертикальные, горизонтальные, сетевые, обратные, сервисные, логистические каналы.
Тема 3 Характеристика посредников в маркетинговых каналах.	Виды посредников: дистрибьюторы, реселлеры, дилеры, интеграторы, агенты. Функции посредников в маркетинговых каналах. Роль посредников и интеграторов в функционировании маркетинговых каналов с точки зрения создания добавленной ценности
Тема 4 Маркетинговые решения оптовых и розничных посредников.	Основные маркетинговые решения в сфере оптовой торговли. Характеристика различных типов дистрибьюторов. Требования к дистрибьюторам и к дилерам по стороны предприятия-поставщика. Современные форматы розничной торговли. Маркетинговые решения в сфере розничной торговли. Критерии выбора поставщика со стороны посредников.
Тема 5 Основы проектирования маркетинговых каналов.	Общий алгоритм проектирования маркетинговых каналов. Методы оценки привлекательности рынка сбыта. Определение архитектуры маркетинговых каналов по ширине, глубине, интенсивности сбыта. Особенности организации каналов в Интернет-среде. Определение уровня интеграции участников маркетинговых каналов. Правовая и экономическая характеристика участников маркетинговых каналов. Выбор стратегии управления каналами. Решение вопросов по организации внутри- и межканальной конкуренции.
Тема 6 Оперативное управление маркетингов	Планирование распределение продукции по маркетинговым каналам. Выявление потребности в маркетинговых и сервисных услугах. Разработка совместных программ продвижения продукции. Современная концепция маркетинговой логистики. Оптимизация закупок и складских запасов. Модель управления запасами.

ыми каналами.	
Тема 7 Классификация информационных систем для управления взаимодействием участников маркетинговых каналов.	Современная роль информационных систем в управлении бизнес-процессами в маркетинговых каналах. Модели управления спросом в цепочке поставок ценностей потребителям: концепции SCM (Supply Chain Management) и CRM (Customer Relationship Management). Достоинства и недостатки информационных систем для управления маркетинговыми каналами. Разработка программ удержания потребителей с использованием информационных систем.
Тема 8 Оценка эффективности работы маркетинговых каналов.	Показатели эффективности и результативности, характеризующие работу участников маркетингового канала. Показатели качества функционирования маркетингового канала. Методики оценки ключевых факторов успеха (КФУ) и ключевых показателей эффективности (KPI).

Название дисциплины	Управление маркетингом
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Приобретение теоретических и практических навыков по управлению маркетингом в компании, включая процессы анализа и планирования маркетинговой деятельности, а также организации и контроля маркетинга.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Методы диагностики маркетинговой деятельности	Понятие диагностики и оценки маркетинговой деятельности. Диагностика внешней и внутренней среды. Метод маркетинг-аудит.
Тема 2 Методы планирования и бюджетирования маркетинга.	Подходы к планированию маркетинга: снизу вверх, сверху вниз, встречное планирование. Скользящее планирование. Целевое планирование. Понятие бюджета маркетинга. Методы разработки маркетингового бюджета. Структура затрат на маркетинг.
Тема 3 Структура и разделы плана маркетинга.	План маркетинга и содержание основных разделов. Маркетинговые риски и их оценка. Календарный план. Диаграмма Ганта.
Тема 4 Подходы к организации маркетинговой	Типы организационных структур службы маркетинга: функциональная, товарная, рыночная, матричная. Современные формы организации маркетинга в условиях цифровизации. Аутсорсинг маркетинга. Внутренний маркетинг. Мотивация маркетингового персонала.

деятельности	
Тема 5 Методы контроля и оценки эффективнос ти маркетинга.	Системы контроля маркетинга. Ключевые КРІ маркетинга. Маркетинговые метрики. Оценка эффективности маркетинга.

Название дисциплины	Управление международными цепями поставок
Кафедра	Кафедра логистики и управления цепями поставок
Цель освоения дисциплины	Усвоение студентами теоретических основ и практических навыков и умений в области управления международными цепями поставок при организации логистической деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК.	1.1. Роль и значение концепции управления цепями поставок. 1.2. Эволюция концепции управления цепями поставок. 1.3. Интеграция бизнес-процессов в цепях поставок. 1.4. Декомпозиция цепи поставок.
Тема 2 ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК.	2.1. Факторы, определяющие внешнюю и внутреннюю среду компаний цепи поставок. 2.2. Ключевые элементы оптимизации цепей поставок.
Тема 3 КОНФИГУРАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СЕТИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК.	3.1. Сетевая структура цепей поставок. 3.2. Границы и структурные размерности сети. 3.3. Участники цепей поставок. 3.4. Типы хозяйственных связей между участниками цепей поставок.
Тема 4 ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК.	4.1. Управление организационными изменениями в цепях поставок. 4.2. Логика стратегического планирования и проектирования цепей поставок.
Тема 5 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ	5.1. Система сбалансированных показателей. 5.2. Показатели эффективности функционирования цепей поставок: основные требования и классификация. 5.3. Характеристика измерителей эффективности логистических решений.

ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК.	
Тема 6 МЕЖДУНАР ОДНАЯ ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАР ОДНЫХ ЭКОНОМИ ЧЕСКИХ ОТНОШЕН ИЙ.	6.1. Понятие международной торговли. 6.2. Обзор классических теорий международной торговли. 6.3. Значение мультипликатора внешней торговли и его основные формы.
Тема 7 МЕЖДУНАР ОДНЫЕ ОРГАНИЗА ЦИИ ПО МНОГОСТО РОННЕМУ РЕГУЛИРО ВАНИЮ МИРОВЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ.	7.1. Развитие многостороннего регулирования торгово-экономических отношений. 7.2. Экономическая интеграция в системе международных отношений.
Тема 8 ТИПОЛОГИ Я ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В МЕЖДУНАР ОДНОЙ ТОРГОВЛЕ.	8.1. Виды цепей поставок в зависимости от количества звеньев. 8.2. Виды цепей поставок в зависимости от территориально-географического признака. 8.3. Виды цепей поставок в зависимости от степени охвата таможенных территорий. 8.4. Виды цепей поставок в зависимости от объектно-субъектного состава.

Название дисциплины	Управление проектами
Кафедра	Кафедра проектного менеджмента и управления качеством
Цель освоения дисциплины	Подготовка студентов к организационно-управленческой, аналитической и иной деятельности, требующейся в ходе реализации проектов, как в качестве исполнителей, так и руководителей проектов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Общие понятия управления проектами.	Введение в проектную деятельность. Основные подходы к управлению проектами. Цели, ограничения, жизненный цикл проекта.
Тема 2 Инициация проекта.	Устав проекта. Заинтересованные стороны проекта.
Тема 3 Планирован ие и	- Разработка плана УП. Содержание. Расписание. Стоимость. Риски.

управление проектом.	
Тема 4 Исполнение проекта.	Управление командой. Управление качеством.
Тема 5 Мониторинг и контроль исполнения проекта.	Мониторинг по содержанию, срокам и стоимости (МОО). Управление изменениями. Управление коммуникациями.
Тема 6 Завершение проекта.	Закрытие проекта, отчетность о его выполнении.
Тема 7 Методологические подходы к управлению проектами.	Системный, логико-структурный и процессный подходы к разработке методологии проекта.
Тема 8 Методы управления проектами.	Жесткие и гибкие методы управления проектами.
Тема 9 Стандарты управления проектами.	Группы стандартов, общая схема применения стандартов, библиотека стандартов PMI по управлению проектами.
Тема 10 Информационные технологии в управлении проектами.	Программное обеспечение управления проектами, описание модели проекта средствами Microsoft Project.

Название дисциплины	Учебная практика (ознакомительная практика)
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Получение и систематизация первичных ознакомительных умений в сфере оптимизации деятельности объекта управления; формирование у студентов навыков сбора, обработки и анализа маркетинговых данных на базе кабинетных и полевых исследований.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Составление индивидуального задания на практику.	Индивидуальное задание на практику составляется совместно руководителем практики от кафедры, руководителем практики от организации и студентом.
Тема 2 Инструктаж по технике безопасности и правилам	Обучающийся проходит инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего распорядка организации. Вводный инструктаж и инструктаж на рабочем месте проводятся с оформлением установленной документации.

внутреннего распорядка.	
Тема 3 Ознакомление с нормативными документами, регламентирующими деятельность организации.	Ознакомление с историей возникновения организации и ее организационно-правовой формой в свете действующих нормативно-правовых документов, корпоративными нормами и стандартами, принятыми в организации, а также местом, занимаемой организацией на существующем рынке товаров/услуг. Ознакомление со структурой аппарата управления организацией, ее производственной структурой и оценка степени соответствия данного типа организационной структуры поставленным задачам.
Тема 4 Выполнение индивидуального задания на практику.	Проведение кабинетных и полевых исследований с целью изучения системы планирования маркетинговой деятельности в организации; обоснования концепции маркетинговой деятельности, реализуемой организацией.
Тема 5 Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета.	Выявление основных проблем в маркетинговой деятельности организации, разработка организационно-управленческих решений с целью реализации рыночных возможностей, развития новых направлений деятельности организации и обеспечения ее конкурентоспособности.
Тема 6 Подготовка к защите, защита отчета по практике.	Подготовка финального отчета по практике согласно требованиям "Положения о структуре и оформлении письменных работ обучающимися СПбГЭУ". Подготовка презентации для защиты. Защита отчета по практике.

Название дисциплины	Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ)
Кафедра	Кафедра бухгалтерского учета и анализа
Цель освоения дисциплины	Формирование системы знаний и умений сбора, экономической интерпретации и аналитической оценки данных управленческого и финансового учёта в процессе принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Получение знаний о формировании бухгалтерской отчетности организации и ее анализе для управления личными финансами и контроля собственных экономических и финансовых рисков.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Содержание бухгалтерского финансового и управленческого учета.	Особенности бухгалтерского финансового и управленческого учета. Характеристика элементов финансовой отчётности: актив, обязательства, капитал, доходы и расходы.

Тема 2 Учётная система (учётный цикл).	Метод бухгалтерского учета и его элементы. Бухгалтерский баланс, его назначение и строение. Содержание статей бухгалтерского баланса. Счета бухгалтерского учета, их назначение и строение. Двойная запись операций на счетах. Учетный цикл.
Тема 3 Учет основных финансово-хозяйственных операций.	Основы учета процесса приобретения внеоборотных и оборотных ресурсов. Основы учета процесса производствa продукции (выполнения работ, оказания услуг). Расходы организации: экономическое содержание и классификации. Основы учета процесса продаж. Основы учета процесса формирования финансового результата организации. Учет текущих обязательств и расчетов: с поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками, прочими дебиторами и кредиторами. Диагностика управленческих проблем с целью оптимизации дебиторской и кредиторской задолженностей организации.
Тема 4 Бухгалтерская (финансовая) отчетность.	Формирование бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах деятельности организации. Состав и содержание бухгалтерской (финансовой) отчетности. Характеристика содержания статей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.
Тема 5 Теоретические основы финансового анализа.	Финансовый анализ: определение понятия, цели, задачи и виды. Метод и методика финансового анализа.
Тема 6 Анализ финансового состояния организации и её деловой активности.	Экспресс-анализ финансового состояния. Анализ финансовой независимости, платёжеспособности и деловой активности коммерческой организации.
Тема 7 Анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности организации.	Система показателей прибыли в бухгалтерской (финансовой) отчетности и анализ их динамики. Факторный анализ показателей прибыли Система показателей рентабельности коммерческой организации, методика их расчёта и факторного анализа.

Название дисциплины	Физическая культура и спорт
Кафедра	Кафедра физической культуры
Цель освоения дисциплины	Формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Федеральные стандарты по дисциплине	Цели и задачи физической культуры в вузе. Физическая культура и спорт как учебная дисциплина высшего профессионального образования и целостного развития личности. Нормативно-правовая база: Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» N 329-ФЗ от 4.12.2007 г (в ред. от 30.04.2021 г.)

«Физическая культура и спорт».	
Тема 2 Компетентный вектор обучения.	Основные положения организации физического воспитания в высшем учебном заведении. Модель компетенций, формируемых дисциплиной. Требования, предъявляемые к уровню физической подготовленности студентов.
Тема 3 Принципы управления физической подготовкой.	Организация учебного процесса по дисциплине с учётом дидактических и методических принципов.
Тема 4 Выбор оздоровительных технологий.	Характеристика здорового образа жизни и факторов его определяющих.
Тема 5 Индивидуальные маршруты физической подготовки.	Физические упражнения как фактор воздействия на организм человека. Влияние двигательной активности на адаптационный потенциал человека. Требования к регуляции двигательной активности.
Тема 6 ГТО – как системообразующий фактор физической подготовки студентов.	Исторические и современные аспекты программы всероссийского комплекса ГТО.
Тема 7 Занятия в специальных медицинских группах и с инвалидами.	Задачи, решаемые при использовании средств лечебной (ЛФК) и адаптивной (АФК) физической культуры. Клинико-биологическое обоснование лечебной физической культуры. Показания и противопоказания к занятиям ЛФК. Врачебный контроль в лечебной физической культуре.
Тема 8 Ресурсы физической рекреации.	Ресурсы физической рекреации и двигательной реабилитации. Средства физической культуры. Классификация физических упражнений.
Тема 9 Методы адаптивного управления физической подготовкой.	Адаптационные процессы. Методы адаптивного управления физической подготовкой.
Тема 10 Общая, специальная и профессиона	Основы видов подготовки студентов: общая, специальная, профессионально-прикладная.

льно-прикладная подготовка студентов.	
Тема 11 Техническая подготовка.	Освоение методов обучения и совершенствования двигательных действий. Диверсификация двигательных умений и навыков.
Тема 12 Развитие физических качеств.	Характеристика физических качеств человека. Методы направленного воздействия на развитие быстроты, выносливости, гибкости, ловкости, координационных способностей, силы. Сензитивные периоды развития физических качеств.
Тема 13 Характеристика фитнес-программ.	Задачи, решаемые при занятиях фитнесом. Многообразие современных фитнес-методик.
Тема 14 Специфика занятий игровыми видами спорта.	Разновидности и содержание игровых видов спорта. Средства спортивных и подвижных игр в практике физической рекреации и фоновой физической культуры.
Тема 15 Структура подготовки спортсмена.	Содержание теоретической, технической, физической, тактической, психологической и специальной соревновательной подготовки.
Тема 16 Кондиционная тренировка.	Средства и методы развития физических качеств и повышения функциональной подготовленности.
Тема 17 Соревновательная практика.	Участие в соревнованиях и «открытых» стартах.
Тема 18 Физическая подготовка на подготовительном и основном отделениях.	Нормы двигательной активности, индивидуальные программы физической подготовки.
Тема 19 Физическая подготовка в специальных медицинских группах и инвалидов.	Методы коррекции физической нагрузки с учётом нозологии заболевания. Частные методики ЛФК.
Тема 20 Комплексы ППФП с учётом	Общие положения профессионально-прикладной физической подготовки. Личная и социально-экономическая необходимость специальной психофизической подготовки человека к труду. Выбор и составление комплексов ППФП с учётом специфики профессиональной деятельности.

специфики труда.	
Тема 21 Методы повышения работоспособности.	Методы повышения работоспособности с учётом физического развития и подготовленности студентов. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физической культурой и спортом. Педагогический и самоконтроль, показатели и дневник самоконтроля. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями по результатам показателей контроля.

Название дисциплины	Физическая культура и спорт (элективные дисциплины)
Кафедра	Кафедра физической культуры
Цель освоения дисциплины	Формирование способностей к эффективному использованию ресурсов физической культуры для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к социальной и профессиональной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Организационно-методические основы занятий спортивным и играми.	Средства физической культуры, их классификация. Спортивная игра как индивидуальное или командное противоборство, при котором действия соперников с общим для всех участников предметом игры направлены на достижение победы над соперником. Многообразие спортивных игр. Особенности организации мест занятий. Гигиенические основы обеспечения занятий спортивными играми. Противопоказания к занятиям спортивными играми. Двигательная рекреация с использованием средств спортивных игр.
Тема 2 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях спортивным и играми. Профилактика травматизма.	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Физическая нагрузка и условия ее дозирования на занятиях спортивными играми. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях спортивными играми.
Тема 3 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях спортивным и играми.	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях спортивными играми.

<p>Тема 4 Базовые технические приемы в баскетболе.</p>	<p>Основы правил игры. Судейство. Совершенствование техники передвижений, остановок, поворотов, стоек. Стойка защитника. повороты на месте и в движении. Остановка прыжком, в один или два шага после ускорения. Совершенствование ловли и передачи мяча. Техника передачи мяча на месте и в движении. Техника ловли мяча на месте и в движении. Совершенствование техники ведения мяча, бросков мяча. Броски мяча по кольцу. Техника защитных действий.</p>
<p>Тема 5 Совершенствование техничко- тактической подготовленности в баскетболе.</p>	<p>Индивидуальные и командные тактические действия в защите и нападении. Техника передач мяча: двумя руками от груди, двумя руками с отскоком от пола, двумя руками от плеча, двумя руками сверху. Техника ловли мяча: после отскока, низко или высоко летящего мяча, катящегося мяча. Бросок мяча в кольцо: двумя руками от груди, двумя руками от груди после ведения, одной рукой с места, одной рукой после ведения, одной рукой после двух шагов, в прыжке одной рукой.</p>
<p>Тема 6 Развитие специальной (игровой) выносливости и в баскетболе.</p>	<p>Овладение игрой и комплексное развитие психомоторных способностей. Выполнение специальных упражнений и заданий для развития специальной (игровой) выносливости. Выполнение контрольных заданий: ведение мяча, передачи мяча, броски мяча в кольцо.</p>
<p>Тема 7 Овладение техникой владения мячом и тактикой игры в волейболе.</p>	<p>Основные правила игры. Основы судейства. Освоение техники стоек и перемещений волейболиста. Техника передачи и приема мяча двумя руками сверху и снизу: индивидуальная над собой, в движении правым и левым боком, лицом и спиной к направлению передвижения, в парах на месте, в движении, через сетку. Совершенствование техники подачи мяча. Техника нападающего удара. Совершенствование техники защитных действий. Индивидуальные и групповые тактические действия: в зависимости от места расположения, от действия игроков своей команды. Двухсторонняя учебная игра.</p>
<p>Тема 8 Общая и специальная (игровая) подготовка в волейболе.</p>	<p>Комплексное развитие психомоторных способностей. Выполнение специальных упражнений и заданий на развитие игровой выносливости: ускорения, темповые передачи, игровые комбинации. Выполнение учебных заданий: верхняя передача над собой и в парах, нижняя передача, нижняя прямая подача, верхняя подача, подача в заданную зону.</p>
<p>Тема 9 Совершенствование техничко- тактической подготовленности волейболиста.</p>	<p>Освоение техники перемещения по площадке: шагом, бегом, приставным шагом, двойным шагом, скрестным шагом, скачком, прыжком. Освоение техники блокирования: одиночное у стены, одиночное в игре.</p>
<p>Тема 10 Овладение техникой владения мячом и тактикой игры в футболе.</p>	<p>Основные правила игры. Основы судейства. Специальные и подготовительные упражнения без мяча и с мячом. Освоение техники передвижений, остановок, поворотов, стоек. Освоение техники владения мячом: передвижения, прыжки, остановки мяча (ногой, туловищем, головой). Освоение техники ударов по мячу ногой и головой. варианты остановок мяча ногой и грудью. Совершенствование техники ведения мяча внешней и внутренней частью стопы.</p>

Тема 11 Совершенство вание технич- еской подготовлен ности футболиста.	Комбинации из освоенных элементов техники перемещения и владения мячом. Совершенствование техники индивидуальных и групповых защитных действий. Действия против игрока без мяча и с мячом (выбивание, отбор и перехват мяча). Учебная игра с элементами судейства студентами. Учебная игра по упрощенным правилам (на площадке меньшего размера, с уменьшением продолжительности таймов). Освоение учебных нормативов: удар по воротам на точность (11 метров). Удар по воротам с ведением мяча (15-20 м).
Тема 12 Основы техники игры в настольный теннис	Техника игры в настольный теннис. Основная стойка теннисиста, перемещения игрока. Виды ударов. Тактика игры. Основные правила игры на счет (одиночные и парные игры). Выполнение учебных заданий для освоения элементов техники. Специально-двигательная подготовка теннисиста.
Тема 13 Формирован ие индивидуаль ных маршрутов физической подготовки с использован ием средств спортивных игр.	Средства и методы формирования двигательного потенциала человека. Индивидуализация подходов при выборе оздоровительных методик занятий физической культурой. Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств общеразвивающих упражнений. Спортивные игры в рамках рекреационной и фоновой физической культуры.
Тема 14 Организац ионо- методическ е основы занятий оздоровитель ной аэробикой.	Средства физической культуры, их классификация. Аэробика: спортивные, оздоровительные и прикладные направления. Многообразие оздоровительных методик. Особенности организации мест занятий. Современные программы оздоровительной аэробики. Базовая аэробика: определяющие черты методики. Базовые шаги. Инвентарь (степ-платформы, фитболлы и пр.) Противопоказания для занятий.
Тема 15 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологич еского заболевания при занятиях оздоровитель ной аэробикой. Профилакти ка травматизма.	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительной аэробики низкой интенсивности. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях оздоровительной аэробикой.
Тема 16 Освоение методов	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития

<p>самоконтроль физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях оздоровительной аэробикой</p>	<p>человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях оздоровительной аэробикой.</p>
<p>Тема 17 Освоение базовых программ занятий оздоровительной аэробикой.</p>	<p>Освоение базовых вариантов оздоровительных занятий аэробикой. Использование статодинамических и дыхательных упражнений. Элементы релаксации и стретчинга в оздоровительных программах занятий. Традиционные оздоровительные системы: йога, ушу. Освоение методик с преимущественной направленностью на улучшение функционального состояния организма (пилатес, калланетика, изотон). Базовая аэробика. Степ-аэробика. Танцевальная аэробика (многообразие стилизованных направлений).</p>
<p>Тема 18 Диверсификация двигательных умений и навыков в оздоровительной аэробике.</p>	<p>Направления развития современной аэробики: оздоровительное, спортивное и прикладное. Выполнение комплексов оздоровительной аэробики различной интенсивности. Ознакомление с многообразием частных методик оздоровительной аэробики. Аэробика циклической структуры. Аэробика ациклической структуры. Базовая аэробика. Танцевальные направления (зумба, латина, сальса).</p>
<p>Тема 19 Сопряженное развитие двигательных способностей в аэробике.</p>	<p>Двигательные способности. Развитие выносливости, гибкости и координационных способностей средствами аэробики. Общеразвивающие упражнения с повышенной амплитудой для различных суставов. Выполнение упражнений в растягивании из различных исходных положений, в парах, группой, с использованием снарядов и предметов. Выбор средств для решения задач сопряженного развития двигательных способностей. Выполнение комплексов аэробики с использованием снарядов, отягощений (степ-комплекс, слайд аэробика, аэробика с гантелями, со скакалкой - скиппинг).</p>
<p>Тема 20 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств оздоровительной аэробики.</p>	<p>Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств оздоровительной аэробики. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка индивидуальных программ оздоровительных занятий силовой направленности. Методики с преимущественной направленностью на коррекцию фигуры. Составление индивидуальных программ занятий с учетом особенностей телосложения. Выполнение индивидуализированных комплексов шейпинга, калланетики. Выполнение комплексов аэробики низкой и средней интенсивности.</p>
<p>Тема 21 Организационно-методически</p>	<p>Средства физической культуры, их классификация. Атлетическая гимнастика как традиционный вид гимнастики оздоровительно-развивающей направленности, сочетающий силовую тренировку с разносторонней физической подготовкой, гармоническим развитием и укреплением здоровья.</p>

<p>е основы занятий атлетической гимнастикой</p>	<p>Основные средства и инвентарь. Особенности организации мест занятий. Гигиенические основы обеспечения занятий атлетической гимнастикой. Противопоказания к занятиям атлетической гимнастикой.</p>
<p>Тема 22 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях атлетической гимнастикой</p> <p>Профилактика травматизма</p>	<p>Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор средств атлетической гимнастики в занятиях корригирующей направленности. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях атлетической гимнастикой.</p>
<p>Тема 23 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях атлетической гимнастикой</p>	<p>Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях атлетической гимнастикой.</p>
<p>Тема 24 Освоение методик тренировки в атлетической гимнастике.</p>	<p>Основы выбора специальных физических упражнений при занятиях атлетической гимнастикой. Развитие силы и гибкости различных мышечных групп, увеличение мышечной массы при занятиях силовой направленности. Круговая тренировка как метод особых комбинаций нагрузок и отдыха при последовательном выполнении специально подобранных физических упражнений, воздействующих на мышечные группы и функциональные системы. Выполнение комплексов упражнений по принципу круговой тренировки (5-8 станций). Освоение комплексов круговой тренировки с различными интервалами отдыха и дозировкой нагрузки. Самостоятельный выбор и выполнение комплексов упражнений круговой тренировки без и с использованием снарядов и предметов (отягощений, эспандеров, резиновых лент).</p>
<p>Тема 25 Совершенствование техники силовых упражнений</p>	<p>Современные подходы на развитие силовых и скоростно-силовых способностей. Техника силовых упражнений с отягощениями (штанга, гантели, резиновые амортизаторы), на тренажерах для разных групп мышц. Выполнение комплексов упражнений с направленностью на развитие абсолютных и относительных показателей силовых способностей.</p>

для разных групп мышц.	
Тема 26 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств атлетической гимнастики.	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств атлетической гимнастики. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка индивидуальных программ оздоровительных занятий силовой направленности.
Тема 27 Организационно-методические основы занятий легкой атлетикой.	Средства физической культуры, их классификация. Легкая атлетика как спортивно-педагогическая дисциплина. Многообразие легкоатлетических дисциплин: беговые виды, спортивная ходьба, технические виды (прыжки и метания), многоборья, пробеги (бег по шоссе) и кроссы (бег по пересечённой местности). Средства и методы тренировки. Гигиенические основы обеспечения занятий легкой атлетикой. Противопоказания к занятиям.
Тема 28 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях легкой атлетикой. Профилактика травматизма	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительных занятий низкой интенсивности. Ведение дневника самоконтроля. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях легкой атлетикой.
Тема 29 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях легкой атлетикой.	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях легкой атлетикой.
Тема 30 Освоение и совершенствование	Освоение основ техники различных беговых упражнений: бега трусцой, семенящего бега, бега по различному покрытию, бега в подъем и на спуске. Устранение излишнего мышечного напряжения, повышение согласованности движений в беговом цикле. техника и тактика бега на длинные

<p>техники базовых легкоатлетических упражнений. Кроссовая подготовка.</p>	<p>дистанции. Специальные беговые упражнения (СБУ) легкоатлета. Техника прыжковых упражнений: прыжок в длину с места и с разбега.</p>
<p>Тема 31 Полисоревновательная подготовка в легкой атлетике.</p>	<p>Участие в спаррингах, контрольных забегах, прикидках и соревнованиях в целях повышения функциональной и психологической готовности спортсмена к ответственным стартам. Элементы соревнований в занятиях физической культурой и спортом: использование средств спортивных и подвижных игр, эстафеты.</p>
<p>Тема 32 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств легкой атлетики.</p>	<p>Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств легкой атлетики. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка индивидуальных программ оздоровительной ходьбы и бега.</p>
<p>Тема 33 Организационно-методические основы занятий плаванием.</p>	<p>Средства физической культуры, их классификация. Плавание как естественное умение человека и спортивно-педагогическая дисциплина. Спортивные и прикладные способы плавания. Особенности водной среды. Этапы обучения технике плавания. Основы дыхания в плавании. Оздоровительное плавание. Противопоказания для занятий плаванием.</p>
<p>Тема 34 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях плаванием. Профилактика травматизма</p>	<p>Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительных занятий низкой интенсивности. Ведение дневника самоконтроля. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях плаванием.</p>
<p>Тема 35 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и</p>	<p>Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях плаванием.</p>

подготовленности при занятиях плаванием.	
Тема 36 Повышение функциональных возможностей организма при занятиях плаванием.	Выполнение специальных заданий на освоение водной среды: методик дыхания в воду, расслабления, скольжения, правильного положения корпуса и координации дыхания и движений в цикле плавания. Выполнение учебных заданий: ныряние за предметом, на проплывание отрезков различными стилями плавания (10 м, 15 м, 25 м, 50 м). Игровые задания и подвижные игры (индивидуальные и групповые) с направленностью на совершенствование техники способов плавания и повышения функциональных возможностей (увеличение дыхательного объема, развитие дыхательной мускулатуры).
Тема 37 Освоение и совершенствование техники плавания кролем и брассом. Освоение прикладных способов плавания.	Освоение основ дыхания в плавании. Освоение базовых элементов техники плавания кролем и брассом. Изучение техники старта и поворота (маятник). Техника безопасности на воде (спасение тонущего и помощь уставшему пловцу, преодоление водных преград). Специальные подготовительные упражнения на суше для освоения элементов техники плавания способами кроль и брасс (имитационные упражнения, детализирование техники движений рук и ног, специальные упражнения для увеличения подвижности суставов верхних и нижних конечностей). Изучение элементов техники у неподвижной опоры (бортик бассейна), с подвижной опорой (доска для плавания), без опоры. Плавание в полной координации в сочетании с дыханием. Ознакомление с самобытными и комбинированными способами плавания (ныряние и передвижение под водой, прикладные прыжки в воду, плавание в ластах). Освоение прикладных упражнений плавания.
Тема 38 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств плавания.	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств плавания. Разработка индивидуальных программ оздоровительного плавания.

Название дисциплины	Философия
Кафедра	Кафедра общественных наук
Цель освоения дисциплины	Дать студентам базовые философские знания, сформировать навыки философского осмысления мировоззренческих проблем.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Предмет философии	Понятие мировоззрения и его структура. Становление философии. Специфика философских проблем. Предмет философии в историческом развитии. Философия, искусство, религия, наука: сравнительный анализ. Научные, философские и религиозные картины мира.
Тема 2 Структура философского знания	Онтология, гносеология, логика, этика, эстетика в структуре философского знания. Функции философии. Основные направления, школы философии.

Тема 3 Философия Древнего Востока	Специфика индийской философии: традиционные и нетрадиционные школы. Натурфилософские и социально-этические школы Древнего Китая.
Тема 4 Античная философия	Античный полис и своеобразие философской культуры. Натурфилософия. Софисты и Сократ: проблема человека. Платон и Аристотель: основные онтологические парадигмы. Проблемы этики в эллинистических школах. Неоплатонизм.
Тема 5 Философия Средневеков ья	Специфика средневековой культуры. Религия, теология и философия. Апологетика, патристика, схоластика.
Тема 6 Философия Возрождения	Ренессанс и гуманистическое мировоззрение. Натурфилософские учения. Социальная философия.
Тема 7 Философия Нового времени	Научная революция и проблема познания в философии. Рационализм, Декарт, Спиноза, Лейбниц, Гегель. Эмпиризм: Бэкон, Локк. Агностицизм: Беркли, Юм, Кант. Онтологическая проблема: варианты решения. Человек, общество, культура.
Тема 8 Современная философия	Основные проблемы и направления современной философии. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Глобализация с точки зрения социальной синергетики.
Тема 9 Русская философия	Социокультурные условия развития русской философии и ее своеобразие. Проблемы истории, общественного идеала, нравственности. Славянофильско-западническая дискуссия и русская идея. Русский персонализм: Н.Бердяев, Л.Шестов. Традиции русского космизма.
Тема 10 Проблема бытия	Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство и время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности.
Тема 11 Проблема познания. Философия и методология науки	Сознание и познание. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Искусство спора, основы логики. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Эмпирическое и теоретическое исследование. Роль творческого воображения. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника.
Тема 12 Проблема человека	Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Сознание, самосознание и личность. Личность в поисках смысла жизни. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести.
Тема 13 Социальная философия	Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Специфика социальной реальности. Функции социального идеала. Человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Проблема прогресса: технический и духовный прогресс. Социальная философия о характере исторического процесса. Культура и история. Культура и цивилизация. Будущее человечества, глобальные проблемы современности, взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Название дисциплины	Ценообразование и ценовая политика
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Значение ценовой политики в системе маркетинга и деятельности предприятия.	Предмет и место дисциплины. Ценообразование и ценовая политика компании в системе образования маркетолога. Структура курса. Сущность цены, ценности продукта (услуги), взаимосвязь между ними. Модель ценового поведения покупателей и ее составляющие. Теоретические основы обоснования этой модели. Ценовые эмоции покупателей и их измерители. Ценовой интерес покупателей: понятия, индикаторы. Восприятие и оценка цен: понятие, факторы влияния, практическое значение понимания восприятия цен. Ценовая удовлетворенность: понятие; факторы, влияющие на ценовую удовлетворенность; измерения ценовой удовлетворенности.
Тема 2 Состав и структура цены. Уровни управления ценами предприятия и эффекты цены.	Понятие состава и структуры цены. Значение анализа состава и структуры цены и возможные управленческие решения по результатам анализа. Основные составные элементы цены. Три уровня управления ценами предприятием, взаимосвязь между ними. Управление ценами на уровне отрасли: цель, движущие силы отраслевых цен, практические мероприятия, ценовое лидерство, последователи. Учет юридических аспектов. Управление ценами на уровне товарно-рыночных стратегий: цель, аспекты ценообразования, учитываемые на этом уровне. Карта стоимости. Восприятие преимуществ (ценности) продукта, виды преимуществ. Восприятие цены. Сложности в оценке восприятия преимуществ и цен потребителями. Движение предприятия по карте стоимости. Управление ценами на уровне сделки: цель, каскад фактической цены, разброс фактической цены, ширина и форма разброса фактических цен. Причины сложностей управления ценообразованием на уровне сделки.
Тема 3 Факторы, влияющие на цену и формирование ценовой политики предприятия. Виды цен.	Факторы, влияющие на формирование цены. Факторы, влияющие на восприятие покупателями ценности продукта и на решение покупателей произвести покупку. Тип рынка продукта, затраты, реакция покупателей на цену, налоги, инфляция, валютный курс, тип предприятия, характер продукта. Жизненный цикл продукта, динамика конкуренции и цены. Государственное регулирование цен.
Тема 4 Понятие ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики.	Ценовая политика предприятия: понятие, роль, виды, область решений. Система целей и эффекты ценовой политики предприятия.
Тема 5 Формирование ценовой стратегии.	Ценовые стратегии: понятия, виды, условия применения: стратегия высоких цен, средних цен, низких цен, стабильных и изменяющихся цен, и т.д.

Виды ценовых стратегий предприятия.	
Тема 6 Затратные методы ценообразования.	Ситуации, при которых встает вопрос перед производителем об установлении цены. Ценовая информационная система. Взаимосвязь между производителем и торговлей в процессе установления цены. Организация процессов ценообразования. Определение цен: на основе полных затрат, переменных затрат, суммы покрытия (валовой прибыли), структуры затрат по аналогичной группе продукции; с ориентацией на полезность; целевое ценообразование; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию; на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.
Тема 7 Рыночные методы ценообразования.	Рыночное сегментирование как основа дифференциации цен. Дифференциация цен: понятие, цели, виды, основания, формы. Определение цен: на основе / с ориентацией на полезность; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию.
Тема 8 Параметрические методы ценообразования.	Определение цен на основе анализа основных параметров изделия. Современные тенденции применения методов ценообразования. Определение цен на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.
Тема 9 Оперативное изменение цены. Скидки с цены.	Изменение цен: определение, факторы, периодичность, эффекты. Долгосрочное изменение цен: сущность, отправные пункты, цели и конфликты целей, эффективность. Долгосрочная адаптация цен. Краткосрочное изменение цен: сущность, формы, цели и конфликты целей. Потенциальная выгода и ущерб от краткосрочного изменения цен. Адаптация цен с помощью краткосрочных ценовых акций. Влияние изменения цен (снижения, повышения) на прибыль и восприятие покупателей. Реакция конкурентов на изменение цен предприятием. Реакция предприятия на изменение цен конкурентами. Виды скидок с цены.
Тема 10 Оценка эффективности ценовых управленческих решений.	Понятие продвижения цен. Ценовые риски. Мероприятия по продвижению и сопровождению цен производителем. Методы анализа и оценки ценовых решений. Ценовой контроллинг и ценовой аудит.

Название дисциплины	Цифровой маркетинг
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование знаний и компетенций в области анализа маркетингового контента и настройки каналов коммуникаций с потребителями в цифровой среде, а также в области анализа доступных источников информации для решения проблемных ситуаций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в цифровой маркетинг. Сквозные технологии в маркетинге.	Роль маркетинга в системе бизнеса в цифровой среде. Использование классических концепций маркетинга в цифровом маркетинге. Функции интернет-маркетолога. Обзор рекламных инструментов и особенностей их применения.

Тема 2 Применение искусственного интеллекта в маркетинге.	Особенности настройки сайта для повышения его эффективности с точки зрения модели поведения потребителей.
Тема 3 Анализ конкурентов и сегментация целевой аудитории в цифровой среде.	Особенности проведение анализа конкурентов в цифровой среде на различных Интернет-площадках. Профессиональные системы анализа. Сегментация целевой аудитории в цифровой среде. Способы выявления потребностей целевой аудитории в цифровой среде.
Тема 4 Методы продвижения в цифровой среде.	Особенности разработки контента на различных Интернет-площадках, выбор и настройка эффективных каналов взаимодействия с потребителями на различных Интернет-площадках.
Тема 5 Аудит эффективности мероприятий цифрового маркетинга.	Воронка продаж, оптимизация конверсии лидов. Системы анализа статистики посещений. Подходы к анализу эффективности рекламных кампаний в среде Интернет. Метрики интернет-маркетинга. Оценка эффективности интернет-проекта.

Название дисциплины	Экономика маркетинга
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Обеспечение студента теоретическими знаниями и практическими навыками экономического обоснования маркетинговых решений, бюджетирования и экономической оценки эффективности маркетинговой деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Базовые понятия теории экономической эффективности и эффективности маркетинговой деятельности	Понятие и виды эффективности маркетинговой деятельности. Общая теория эффективности: основные положения и терминологический аппарат. Эффективность предприятия в контексте теории фирмы. Система критериев эффективности. Устойчивое развитие как критерий эффективности. Сущность экономической эффективности. Роль критерия удовлетворительности в поведении экономических субъектов. Экономическая эффективность как ресурсоемкость/экономичность (efficiency) и ресурсоотдача (effectiveness). Развитие концепций эффективности маркетинговой деятельности и применение в оценке: результативности маркетинга (Marketing Performance), продуктивности маркетинга; маркетинга, ориентированного на стоимость.
Тема 2 Экономическое обоснование маркетинговых решений	Проблемы и методы прогнозирования результатов маркетинговой деятельности. Факторы, учитываемые при принятии маркетинговых решений. Понятие бюджета маркетинговой деятельности. Методы формирования бюджета маркетинговой деятельности: характеристика, условия применения. Учет неопределенности и риска при разработке бюджета. Форма

и формирование бюджета маркетинговой деятельности предприятия.	представления маркетингового бюджета предприятия. Контроль исполнения бюджета.
Тема 3 Контроль маркетинговой деятельности и система маркетинговых метрик.	Сущность и формы маркетингового контроля. Аудит маркетинговой деятельности. Способы организации маркетингового контроля. Понятие и назначение маркетинговых метрик. Виды метрик (проектные, ежегодные, текущие и стратегические). Концепция системы сбалансированных показателей в маркетинге: методика построения маркетинговой метрики на основе концепции ССП.
Тема 4 Оценка эффективности маркетинговых инструментов и проектов.	Методы оценки эффективности отдельных составляющих маркетинговой деятельности. Понятие и виды маркетинговых проектов. Бюджет маркетинга и виды маркетинговых затрат: текущие и инвестиции. Оценка маркетинговых инвестиций. ROMI. Анализ маркетинговых проектов. Подходы к разработке проектных метрик. Особенности экономической оценки различных видов маркетинговых проектов: внедрение CRM-системы, вывод на рынок нового продукта, внедрение службы маркетинга, проведение рекламной кампании и т.п. Учет маркетинговых рисков.
Тема 5 Методы оценки эффективности взаимодействия бизнес-партнеров по цепочке создания потребительской ценности.	Понятие цепочки создания ценности. Моделирование цепочки ценности. Распределение дохода и рисков в цепочке ценности. Аутсорсинг маркетинговой функции. Методология оценки эффективности взаимодействия. Показатели экономической, поведенческой и стратегической эффективности взаимодействия.
Тема 6 Маркетинговые нематериальные активы: управление и оценка.	Сущность и структура маркетинговых нематериальных активов. Подходы к оценке маркетинговых нематериальных активов. Бренд-капитал как маркетинговый нематериальный актив. Клиентский капитал и концепция пожизненной стоимости клиента. Методы оценки клиентского капитала.

Название дисциплины	Экономическая статистика
Кафедра	Кафедра статистики и эконометрики
Цель освоения дисциплины	Ознакомление студентов с основами теории статистики, источниками статистической информации и практикой применения статистических методов и приемов для анализа массовых социально-экономических явлений и процессов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Тема 1 Задачи и метод статистики	Краткие сведения из истории статистики. Организация статистики в РФ и мире. Предмет и метод статистики. Статистические базы данных и принципы работы с базами данных. Понятие об этапах статистического исследования. группировки. Обобщающие статистические показатели. Абсолютные и относительные статистические показатели.
Тема 2 Описательная статистика	Ряды распределения. Средние величины. Оценки центра распределения и структурные характеристики распределения. Измерение вариации и характеристика формы распределения. Разложение дисперсии.
Тема 3 Основы теории выборки	Понятие и задачи выборочного наблюдения. Определение необходимого объема выборки, оценка репрезентативности выборки, распространение данных выборки на генеральную совокупность. Практика применения выборочных наблюдений.
Тема 4 Статистические методы изучения связей	Виды связей и методы их измерения. Измерение связей на основе аналитической группировки. Основы корреляционно-регрессионного анализа. Оценка связи неколичественных переменных.
Тема 5 Статистический анализ динамики	Понятие и задачи изучения динамических (временных) рядов, их виды и принципы построения. Аналитические показатели динамики. Динамические средние. Аналитическое выравнивание и прогнозирование. Индексный метод анализа. Правила построения и интерпретация индексов в агрегатной форме и средних из индивидуальных. Применение индексов для анализа средних величин вторичных признаков. Использование индексов для измерения инфляции.
Тема 6 Применение статистических методов для анализа ресурсов и результатов экономической деятельности	Статистическая оценка ресурсов и результатов экономической деятельности. Статистический анализ демографических процессов. Измерение занятости, безработицы и недоиспользования рабочей силы. Статистика уровня жизни и социального неравенства населения. Оценка элементов национального богатства и эффективности его использования. Система показателей результатов экономической деятельности на микро и макроуровнях.

Название дисциплины	Электронные закупки
Кафедра	Кафедра коммерческой деятельности и торгового бизнеса
Цель освоения дисциплины	Дать понимание теоретических основ организации электронных закупок, обеспечивающих эффективное размещение заказов на поставки на коммерческих предприятиях.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в электронные коммерческие закупки.	Закупки: понятие, функциональный цикл, классификация. Различия условий поставок в сфере закупок на коммерческих предприятиях и системе государственных/ муниципальных закупок/ закупках отдельными видами юридических лиц. Правовое регулирование электронных закупок. Приоритеты цифровизации закупок.
Тема 2 Управление размещением заказов на поставки в	Этапы электронных закупок на коммерческих предприятиях. Способы размещения заказов на поставки в электронной форме на коммерческих предприятиях и их процедурные особенности. Управление рисками размещения заказов на поставки в электронной форме на коммерческих предприятиях.

электронном формате.	
Тема 3 Планирование и аудит электронных коммерческих закупок.	Дилеммы: «классические закупки/ электронные закупки», «формирование в сфере электронных закупок прямых/ опосредованных хозяйственных связей (с участием оптовых интернет-магазинов, электронно-торговых площадок и др.)».
Тема 4 Цифровизация коммерческих закупок.	Алгоритм планирования электронных закупок на коммерческих предприятиях. Контроль и оценка эффективности электронных закупок на коммерческих предприятиях. Цифровые двойники закупок на коммерческих предприятиях.