

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ С. Н. Перов

04 мая 2022 г.

---

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

---

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Цифровой маркетинг

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

Самара  
2022

Наименование дисциплины	История (история России, всеобщая история)		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель преподавания дисциплины «История (история России, всеобщая история)» является формирование у обучающихся представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выработка у студентов понимания гражданственности и патриотизма как стремления своими действиями служить интересам Отечества;</li> <li>- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе;</li> <li>- выработка понимания многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;</li> <li>- получение навыков исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Предмет исторической науки. Методология истории.  Цивилизация и их типы. Истоки Российской цивилизации.  Объединение русских земель и Средневековье как стадия исторического процесса в Западной Европе, на Востоке и в России: технологии, образование Московского государства (XIV - начало XVI вв.)  Социально-политическое развитие России и мира в XVI-XVII вв.  Россия и мир в XVIII–XIX вв.: модели модернизации, промышленный переворот.  Основные тенденции развития России и мира на рубеже XIX –XX вв.  Россия в условиях общенационального кризиса 1917 -1918 гг.  Россия - СССР и мир в 1918-1985 гг.  СССР - Россия на рубеже XX-XXI вв. Мир в эпоху глобализации.</p>		

Наименование дисциплины	Культура речи и деловая коммуникация		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Культура речи и деловая коммуникация» – повышение уровня коммуникативной компетенции обучающихся, что предполагает умение эффективно осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации в типичных для профессиональной деятельности ситуациях.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– помочь обучающимся овладеть культурой общения в жизненно актуальных сферах деятельности, прежде всего в речевых ситуациях связанных с будущей профессией;</li> <li>– развить коммуникативные способности, сформировать готовность эффективно взаимодействовать с партнёром по общению, выработать собственную систему речевого самосовершенствования;</li> <li>– способствовать формированию открытой для общения (коммуникабельной) личности.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Современный русский национальный язык          Функциональные стили русского литературного языка          Нормативный аспект культуры речи          Коммуникативный аспект культуры речи          Этический аспект культуры речи          Устная деловая коммуникация. Публичное выступление          Устная деловая коммуникация. Полемическое мастерство          Культура письменной деловой коммуникации          Языковые особенности оформления документов</p>		

Наименование дисциплины	Финансовая и экономическая грамотность		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.03		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Финансовая и экономическая грамотность» – сформировать у обучающихся базовые основы экономического мышления и поведения, необходимые при социальной адаптации обучающихся к жизни в обществе.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить обучающихся с основными терминами в области финансов;</li> <li>- научить практическим навыкам определения оптимальных финансовых инструментов;</li> <li>- научить организации деятельности с применением современных финансовых технологий.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину          Основы функционирования рыночной экономики          Личное финансовое планирование          Банки. Инвестиции          Страхование          Налогообложение домохозяйств и организаций          Возможности пенсионного накопления          Способы защиты от финансового мошенничества          Предпринимательство</p>		

Наименование дисциплины	Безопасность жизнедеятельности		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.04		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» – сформировать у бакалавров уровень профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать приобретенную совокупность знаний, умений и компетенций для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета, и применять технологии этих направлений в современной лингвистике для решения научных, образовательных и иных профессиональных задач.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить бакалавров с классификацией и систематизацией сложных событий, процессов и явлений в области обеспечения безопасности и комфортных условий деятельности человека на всех стадиях его жизненного цикла;</li> <li>- подготовить бакалавров к грамотным и целесообразным действиям по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятию мер по ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;</li> <li>- научить теоретическим знаниям идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения и практическим навыкам разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий и создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Теоретические основы безопасности жизнедеятельности  Человек и среда обитания. Проблемы экологической безопасности  Чрезвычайные ситуации природного характера и способы защиты от них  Воздействие техногенных факторов на человека, среду обитания и защита от них  Защита населения и территорий от опасностей в чрезвычайных ситуациях. ГО  Социальные опасности, безопасность питания и основы здорового образа жизни  Выживание в условиях автономного существования и оказание первой медицинской помощи</p>		

Наименование дисциплины	Базовые цифровые навыки		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.05		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Базовые цифровые навыки» – формирование у студентов систематизированных знаний о наиболее общих и важных закономерностях в области сбора, передачи, обработки и накопления информации; изучение основ цифровой грамотности, получение теоретических знаний об основных технологиях цифровой экономики и цифрового государства.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• сформировать представление о закономерностях развития информационной среды и умение ориентироваться в информационных потоках;</li> <li>• сформировать навыки использования современных информационных технологий для решения информационно-вычислительных задач.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину.  Цифровое потребление  Цифровая экономика.  Цифровые компетенции.  Цифровая безопасность</p>		

Наименование дисциплины	Физическая культура и спорт		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.06		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Физическая культура и спорт» – формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовка ее к профессиональной деятельности;</li> <li>- знание научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни;</li> <li>- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установка на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;</li> <li>- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;</li> <li>- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;</li> <li>- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Роль физической культуры в обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p>Методы и средства физической культуры с учетом состояния здоровья и уровня физической подготовленности</p> <p>Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом</p> <p>Основы здорового образа жизни обучающихся</p> <p>Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями</p> <p>Режим труда и отдыха с учетом необходимости занятий физической культурой</p>		

Наименование дисциплины	Психология		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.07		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Психология» является формирование системы актуальных научных знаний и представлений об основных психологических механизмах и закономерностях управления, оптимизации сотрудничества людей в организациях, повышения их активности и результативности в совместной деятельности. Изучение дисциплины позволит сформировать навыки применения этих знаний в сфере управления с учетом известного в отечественной и мировой практике опыта работы лучших компаний, фирм и т.д.</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– освоение в систематизированном виде основных проблем психологии;</li> <li>– формирование умений применять психологические знания на практике;</li> <li>– приобретение опыта анализа психологических ситуаций, организации профессионального общения и взаимодействия;</li> <li>– выработка профессиональных ориентиров и собственной профессиональной позиции.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в психологию.  История развития психологии  Понятие о психике и её эволюции  Ощущения и восприятие  Особенности психических состояний: эмоции  Особенности когнитивных процессов: память  Особенности когнитивных процессов: мышление  Дифференциальная психология: темперамент и характер  Развитие способностей личности</p>		



Наименование дисциплины	Социальные компетенции в профессиональной деятельности		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.08		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1-2 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель формирование у студентов систематизированных теоретических знаний и понятий в сфере управленческой деятельности, развитие навыков и умений по организации самостоятельной учебной работы, рациональной организации аудиторной и внеаудиторной работы, определение профессиональных склонностей и направлений индивидуальной подготовки к будущей профессии</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать целостное представление о системе подготовки по менеджменту</li> <li>- дать методические установки для дальнейшего освоения профессии,</li> <li>- выделить общие и частные задачи обучения.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину          Основы карьерного роста менеджера.          Социальная ответственность менеджмента          Общие положения основ менеджмента          Основы системного анализа менеджмента организации          Основы процессного анализа менеджмента          Содержательная характеристика управленческого процесса          Управленческое решение          Понятие об организационных структурах как формате осуществления управленческого процесса          Понятие о методах управления          Основы эффективности управления</p>		

Наименование дисциплины	Высшая математика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.09		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1-2 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Высшая математика» – получить знания о математических понятиях и инструментах, применяемых для экономико-математического моделирования, постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления..</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомить бакалавров с основными понятиями разделов высшей математики применительно к описанию процессов экономики, управления и маркетинга;</li> <li>– ознакомить бакалавров с математическими методами решения типовых задач управления;</li> <li>– научить бакалавров использовать основные понятия и методы высшей математики для обработки и анализа информации, построения и количественного анализа математических моделей процессов управления в целях оптимизации деятельности.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Применение понятий и категорий математики для построения теоретических моделей, анализа и обработки данных в ходе решения прикладных управленческих задач</p> <p>Основные алгебраические структуры линейной алгебры. Матрицы и определители как инструмент представления, обработки и анализа данных.</p> <p>Системы линейных алгебраических уравнений как типовая теоретическая модель описания экономических явлений. Элементы аналитической геометрии.</p> <p>Функция как основной вид теоретической модели при анализе явлений в экономике и управлении.</p> <p>Дифференциальное исчисление функции одной и нескольких переменных как инструмент описания изменений.</p> <p>Интегрирование как математическая модель обобщения изменений параметров и переменных в процессе решения типовых задач.</p> <p>Дифференциальные уравнения как теоретическая модель изменяющихся экономических процессов.</p> <p>Основные понятия и применение числовых рядов для приближенных решений и вычислений.</p> <p>Теория вероятностей как инструмент обработки и анализа экономических данных .</p> <p>-Применение аппарата математической статистики для сбора, обработки и анализа данных при решении экономических задач.</p>		

Наименование дисциплины	Иностранный язык		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.10		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	1-2 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Иностранный язык» – сформировать у студентов способность осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение грамматических основ, правил словообразования и сочетаемости слов, произносительных норм и синтаксических структур иностранного языка;</li> <li>- развитие речевых умений в устной и письменной речи, необходимых для делового общения в профессиональной деятельности;</li> <li>- усвоение лексико-фразеологического материала в рамках изучаемой тематики;</li> <li>- развитие навыков устной речи, чтения иноязычной литературы с целью поиска необходимой информации, понимания иноязычной речи на слух;</li> <li>- формирование и развитие умений и навыков самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения с использованием средств иностранного языка;</li> <li>- изучение культурных особенностей стран изучаемого языка, овладение умениями и навыками искусства межличностного общения, понимание деловой культуры других стран.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Родственные отношения и личностные характеристики</p> <p>Описание ряда профессий и качеств, необходимых для их выполнения</p> <p>Знакомство с достопримечательностями стран изучаемого языка</p> <p>Проблемы образования в англоязычном мире</p> <p>Мир изучаемого языка</p> <p>Мир человеческих увлечений</p> <p>Экологические проблемы планеты</p> <p>Общество и личность</p>		

Наименование дисциплины	Философия		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.11		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Философия» – усвоение обучающимися основного понятийного аппарата философии, развитие теоретического мышления, обоснованного мировоззрения, ценностного самосознания.</p> <p>Задачи дисциплины сводятся также к усвоению обучающимися следующих основных моментов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– предмета, основных разделов, значения философии в культуре, в духовном развитии личности, в становлении специалиста;</li> <li>– особенностей основных периодов и направлений философии;</li> <li>– различных философских концепций сущности человека, социальной природы сознания, закономерностей научно-теоретического, ценностного и практического освоения мира человеком;</li> <li>– специфики социальной реальности, целевого назначения сфер общества и социальных институтов, взаимоотношения государства и гражданского общества, закономерности развития техники, своеобразия культуры и цивилизации, особенностей ментальности и культуры России, многовекторности в историческом развитии общества.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Предмет, особенности и значение философии</p> <p>Античная философия</p> <p>Философия Средневековья и Возрождения</p> <p>Философия Нового времени (XVII-XVIII в.в.)</p> <p>Классическая немецкая философия. Марксистская философия</p> <p>Постклассическая западная философия</p> <p>Русская философия XIX-XX веков</p> <p>Мир как единство многообразного, абсолютного и относительного</p> <p>Универсальная сущность человека как культурно-исторического существа</p> <p>Сознание, его структура и источники.</p> <p>Идеальное и материальное</p> <p>Целостность субъективности человека. Человек как субъект жизнедеятельности</p> <p>Научно-теоретическое освоение действительности</p> <p>Ценностное и практическое освоение действительности</p> <p>Общество, его целостность и методология понимания</p> <p>Основные сферы общества.</p> <p>Развитие человека и общества в истории</p>		

Наименование дисциплины	Основы права		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.12		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью дисциплины «Основы права» является формирование у студентов общего представления о правовой науке, о правах и свободах человека и гражданина, о единстве государственно-правовых явлений, их прямой связи с социокультурными параметрами общества; уяснение механизмов генезиса, функционирования, взаимодействия и развития различных государственно-правовых институтов; овладение знаниями об основных отраслях права, выработка навыков пользования нормативными правовыми актами.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развитие навыков анализа государственно-правовых явлений;</li> <li>– формирование у учащихся общей правовой культуры;</li> <li>– выработка умений использовать полученные правовые знания и навыки в своей профессиональной деятельности;</li> <li>– приобретение способности осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учетом принятых в обществе правовых норм;</li> <li>– формирование понимания роли права в функционировании демократического общества и правового государства.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину. Право: понятие, нормы, отрасли  Правонарушение и юридическая ответственность  Общие положения частного права  Общие положения публичного права  Методы и мероприятия по реализации законодательства о противодействия коррупции</p>		

Наименование дисциплины	Социология		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.13		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Социология» – сформировать у обучающихся теоретические знания о сущности и специфике социальной жизни, динамике социальных процессов в России и мире, основах современной методологии научного исследования социальных феноменов.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приобретение знаний и навыков в области теоретической и прикладной социологии, особенностей исследования общественного мнения, социальных коммуникаций, социально-экономических, социокультурных и управленческих процессов;</li> <li>- овладение современным категориальным аппаратом социологии;</li> <li>- анализ социальных феноменов, отражающих взаимосвязь трансформационных социально-стратификационных процессов современного российского общества;</li> <li>- развитие способности к методологическому видению сущности социальных феноменов;</li> <li>- на уровне понятийного мышления установление взаимосвязи между компонентами социальной жизни на разных уровнях (федеральном, региональном, отраслевом), тенденциями и закономерностями их изменения;</li> <li>- получение представления о методологическом и теоретическом поле социологии в области исследования социальных пространств, об основных направлениях социологических исследований социальной мобильности;</li> <li>- приобретение необходимых знаний и навыков в области социологического анализа социально-профессиональной структуры и корпоративной культуры.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Социология как фундаментальная социальная наука. Основные этапы развития социологии как науки  Общество как социальная система  Социальная структура общества. Социальная стратификация.  Социальная мобильность  Социальные общности, слои, группы. Социальный статус  Социальные институты. Социальные организации  Социальный контроль  Личность и общество  Социология конфликта  Глобалистика и экосоциология</p>		

Наименование дисциплины	Общий менеджмент		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.14		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2-3 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью данного курса является изучение и усвоение студентами основных понятий и узловых вопросов современного управления, овладение практическими навыками в этой области, формирование профессионального мышления способствующего пониманию сущности процессов управления и приобретению компетенций, необходимых для становления эффективного менеджера.</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомление студентов с наиболее важными вопросами управления;</li> <li>– формирование у студентов современного управленческого мышления;</li> <li>– знакомство с классическими и современными теориями управления;</li> <li>– выработка практических навыков анализа и решения управленческих проблем;</li> <li>– изучение методов управления организацией и практических способов их применения</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Общая теория управления  Природа управления и исторические тенденции его развития  Разнообразие моделей менеджмента  Организация как социотехническая система  Стратегические и тактические планы в системе менеджмента  Организационные отношения в системе менеджмента; формы организации системы менеджмента  Мотивация деятельности в менеджменте  Регулирование и контроль в системе менеджмента  Сущность коммуникаций и их роль в управлении  Процесс принятия решений  Динамика групп в системе менеджмента  Власть и личное влияние руководства организации  Лидерство в системе менеджмента  Стиль менеджмента и имидж менеджера  Конфликтность в менеджменте  Факторы эффективности менеджмента</p>		

Наименование дисциплины	Методы принятия управленческих решений		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.15		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Методы принятия управленческих решений» – сформировать у бакалавров системное представление о теории и практических аспектах процесса разработки, планирования, принятия и исполнения управленческих решений, организации их эффективной реализации и контроля в сфере управления персоналом.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомить бакалавров с современными моделями управления и принятия решений;</li> <li>– ознакомить бакалавров с организационными и социально-психологическими основами подготовки и реализации управленческих решений;</li> </ul> <p>научить бакалавров находить наиболее разумные и оптимальные решения нестандартных задач управления.</p>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину Методы принятия управленческих решений (МПУР). Оптимальность как цель организационно- управленческого решения. Основные понятия и определения дисциплины. Основные математические модели задач управления. Адаптация моделей к конкретным задачам</p> <p>Производственные функции. Межотраслевые балансовые модели (МОБ)</p> <p>Элементы теории графов ПУР</p> <p>Принятие решений в условиях риска и неопределенности</p> <p>Методы обработки экспертных оценок</p> <p>Современные подходы к принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>		



Наименование дисциплины	Конфликтология		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.16		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Обучение данной дисциплине способствует достижению следующих целей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представления о конфликтологии как науке, а также о существующих научных и практических подходах по решению возникающих проблем, связанных с урегулированием конфликтных и кризисных ситуаций, а также знакомство с основами профилактики конфликтов;</li> <li>- повышение конфликтологической культуры будущего управленца для успешной реализации его профессиональной деятельности и саморазвития;</li> <li>- развитию культуры управления, умению самостоятельно оценивать, анализировать и контролировать конфликты;</li> <li>- самостоятельному нахождению оптимальных путей достижения жизненных целей и умению преодоления сложных жизненных ситуаций.</li> </ul> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с понятием конфликта, его природы, структуры и динамики;</li> <li>- знакомство с проявлениями конфликтов в сфере межличностного, группового и межгруппового взаимодействия;</li> <li>- изучение последствий конфликтов, методов их предупреждения и разрешения;</li> <li>- знакомство с направлениями и результатами исследований организационных конфликтов и способов управления ими;</li> <li>- знакомство с понятием переговоров в различных дисциплинах;</li> <li>- изучение способов анализа моделей переговоров;</li> <li>- изучение видов взаимодействия между участниками переговоров;</li> <li>- изучение способов оценки результатов переговорного процесса в различных ситуациях;</li> <li>- изучение основных способов организации переговорного процесса и самоподготовки к переговорам</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину Конфликтология  Источники, причины и предпосылки возникновения конфликта  Управление конфликтами  Предупреждение и профилактика конфликтов в организации  Стратегия разрешения конфликта в организации</p>		

Наименование дисциплины	Экономическая теория		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.17		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	3 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Экономическая теория» – формирование у студентов фундаментальных теоретических экономических знаний, основных методологических положений экономической организации общества и форм их реализации на различных уровнях хозяйствования, практических навыков и формирование соответствующих компетенций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить специальные разделы теории потребительского выбора, теории производства, теории рыночной власти, общего равновесия, провалов рынка и экономической эффективности;</li> <li>– получить системные представления о теории организации и особенностях функционирования макроэкономической системы, о сущности, видах и структуре субъектов макроэкономики, о современных моделях макроэкономики;</li> <li>– приобрести навыки самостоятельного моделирования экономических процессов на микро- и макроуровне;</li> <li>– исследовать возможности применения существующих теорий и моделей к условиям российской экономики;</li> <li>– применить полученные знания и умения для анализа особенностей российской экономики, а также для сравнительного анализа особенностей российской и западной экономик</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Ретроэкономическая теория          Метаэкономическая теория          Микроэкономическая теория          Макроэкономическая теория</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинг		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.18		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	3 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины– формирование глубоких теоретических знаний по использованию основ маркетинга; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга в деятельности предприятий (организаций, фирм) в условиях рыночных отношений на основе эффективного использования их потенциала с ориентацией на потребителя.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование целостное представление об изучении теоретических основ маркетинга;</li> <li>- ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований на макро- и микроуровне;</li> <li>- формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики;</li> <li>- формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики;</li> <li>- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании;</li> <li>- формирование представления о механизмах международного маркетинга;</li> <li>- формирование знаний в области применения правовой и нормативной базы в организации маркетинговой деятельности;</li> <li>- формирование навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра экономиста на предприятии (организации, фирме).</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Основные понятия и методы маркетинга</p> <p>Основные концепции маркетинга</p> <p>Функции и структура службы маркетинга в менеджменте организации</p> <p>Аналитическая функция маркетинга в организации</p> <p>Производственная функция маркетинга в организации</p> <p>Сбытовая функция маркетинга в организации</p> <p>Коммуникативная функция маркетинга в организации</p> <p>Управление маркетингом в организации</p>		

Наименование дисциплины	Информационные технологии в маркетинге		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.19		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	3 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Информационные технологии в маркетинге» – формирование и развитие у студентов знаний об использовании современных информационных технологий для получения, хранения и обработки информации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов информационную культуру в области информационных технологий, которая включает в себя, четкое представление роли информатики в современной социально-экономической деятельности.</li> <li>– сформировать знания об арифметических и логических основах работы компьютера; о назначении, структуре, функциях и принципах работы аппаратного обеспечения вычислительной системы.</li> <li>– сформировать представление о закономерностях развития информационной среды и умение ориентироваться в информационных потоках.</li> <li>– сформировать представление о принципах построения локальных и глобальных сетей.</li> <li>– сформировать представление о методах и средствах в области технологий защиты информации.</li> <li>– привить студентам навык использования современных информационных технологий для решения информационно-вычислительных задач</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину «ИТ в менеджменте». Понятие информации. Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации.</p> <p>Информационные технологии: основные понятия, терминология и классификация. Их роль в современном обществе.</p> <p>Информационные системы. Виды. Основные понятия, назначение. Муниципальная информационная система.</p> <p>Офисные компьютерные технологии. Компьютерные системы подготовки электронных унифицированных документов.</p> <p>Технология корпоративной работы с документами.</p> <p>Технология баз данных. Использование баз данных для организации хранения данных.</p> <p>Ресурсы Интернет, их назначение и характеристика.</p> <p>Локальные и глобальные сети ЭВМ. Методы защиты информации.</p>		

Наименование дисциплины	Иностранный язык в профессиональной сфере		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.20		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	3-4 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» – сформировать у обучающихся иноязычную коммуникативную компетенцию на уровне, который позволит им пользоваться иностранным языком в профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развивать у обучающихся навыки и умения всех видов речевой деятельности (аудирования, говорения, чтения, письма, перевода), необходимых для профессионально-ориентированной коммуникации на иностранном языке ;</li> <li>– ознакомить с источниками и средствами получения иноязычной информации в профессиональной сфере и обучить поиску информации на иностранном языке для своей профессиональной деятельности (в том числе работе со словарями);</li> <li>– ознакомить обучающихся с общенаучной лексикой и специальной терминологией, а также грамматическими структурами, характерными для общенаучных и профессионально-ориентированных текстов.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>История компании  Структура компании  Стили управления  Прием на работу  Товары и потребности  Презентация продукции компании</p>		

Наименование дисциплины	Статистика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.21		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Статистика» – сформировать у бакалавров системное представление о методах обработки статистической информации, основных параметрах и критериях анализа статистических данных, методах исследования и перспективах развития, базовых концепциях и теоретических основах статистики. Это позволит обучающимся в перспективе осуществлять исследование социально-экономических процессов и применять технологии для решения и последующей интерпретации полученных данных отечественной и зарубежной статистики о развитии социально-экономических процессов и явлений, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, а так же для решения научных, образовательных и иных профессиональных задач.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомить бакалавров с методами статистического анализа социально-экономических;</li> <li>– ознакомить бакалавров с научным понятийным и методологическим аппаратом актуальных направлений статистических исследований;</li> </ul> <p>научить бакалавров использовать основные принципы, методы и технологии сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач</p>		
Тематическое содержание	<p>Статистика. Цели и задачи. Организация в РФ.  Статистическое наблюдение. Группировка статистических данных и её роль в анализе информации.  Абсолютные, относительные величины в статистике.  Средние величины в статистике.  Статистические распределения и их основные характеристики.  Статистическое изучение рядов динамики  Аналитические показатели динамических рядов  Корреляционная связь и её статистическое использование в экономико-социальных процессах.  Индексный метод в статистическом анализе</p>		

Наименование дисциплины	Методы исследования социально-экономических процессов		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.22		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Методы исследования социально-экономических процессов» – сформировать у бакалавров системное представление о методологии проведения анализа социальных, экономических, социально-экономических процессов на основе математического моделирования.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомить бакалавров с современными методами научного исследования процессов;</li> <li>– ознакомить бакалавров с методами сбора информации и прогнозирования;</li> <li>– научить бакалавров использовать инструменты анализа информации и формировать результаты исследований.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину  Методы научного исследования процессов  Методы сбора информации  Прогнозирование как метод научного исследования  Экспертные методы исследования  Методы и инструменты анализа информации. Представление результатов исследования</p>		

Наименование дисциплины	Управление деловыми коммуникациями		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.23		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины обеспечить формирование общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций в части освоения студентами основных вопросов организации переговоров, деловых встреч, коммуникационных технологий продаж в условиях конкуренции и кардинальных изменений в поведении потребителей, партнеров, поставщиков.</p> <p>Задачи дисциплины: - изучение теоретических основ построения деловых коммуникаций; - освоение принципов и методов проектирования деловых коммуникаций; - получение навыков оценки эффективности деловых коммуникаций.</p>		
Тематическое содержание	<p>Коммуникации в структуре человеческой цивилизации Деловое общение: содержание понятия, цели, средства Письменные формы деловой коммуникации Публичные деловые коммуникации Разрешение конфликтных ситуаций в процессе делового общения Деловые совещания, собрания Имидж как часть коммуникативного процесса Особенности этикета в международных переговорах</p>		



Наименование дисциплины	Управление человеческими ресурсами		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.24		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов системного представления о месте сотрудника в организационной среде, о системах управления человеческими ресурсами в организациях, а также приобретение навыков самостоятельного анализа организационно-управленческих ситуаций и принятия решений.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение теоретических основ, методов и форм управления человеческими ресурсами организации.</li> <li>– формирование понимания источников и природы возникновения рассогласования целей и результатов управления с позиции управления человеческими ресурсами.</li> <li>– создание условий для овладения практическим инструментарием активизации управления человеческими ресурсами.</li> <li>– развитие у студентов практических навыков анализа новых подходов к совершенствованию управления человеческими ресурсами организации.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Теоретические концепции и современные тенденции в управлении человеческими ресурсами</p> <p>Система управления человеческими ресурсами организации</p> <p>Стратегия и политика управления человеческими ресурсами организации</p> <p>Планирование персонала</p> <p>Привлечение и отбор персонала</p> <p>Адаптация персонала</p> <p>Мотивация и стимулирование персонала</p> <p>Обучение и развитие персонала</p> <p>Оценка персонала</p>		

Наименование дисциплины	Стратегический менеджмент		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.25		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – формирование у студентов знаний в области стратегического менеджмента, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций для выработки практических навыков стратегического управления предприятиями.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-овладение понятийным аппаратом стратегического менеджмента, методами стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;</li> <li>-приобретение умения ставить стратегические задачи и выбирать стратегию предприятия;</li> <li>-получение знаний и навыков в области стратегического планирования и практической реализации стратегии</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в стратегический менеджмент</p> <p>Общие подходы к разработке стратегии</p> <p>Видение и миссия компании</p> <p>Стратегический анализ внешней среды организации</p> <p>Анализ ситуации компании</p> <p>Модели стратегического выбора</p> <p>Стратегическое управление в условиях диверсификации производства</p> <p>Осуществление стратегии</p>		

Наименование дисциплины	Операционный менеджмент		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.26		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины подготовка специалистов, владеющих специальными знаниями и умениями, необходимыми для решения профессиональных задач в области основной деятельности коммерческих и некоммерческих организаций, также государственных учреждений.</p> <p>Задачи дисциплины: понимание роли, места и назначения операционного менеджмента в системе управления организаций; оценка целесообразности реализации операционного менеджмента с выявлением его подпроцессов, перспективности и интенсивности; определение последовательности выполнения операционного процесса и выявления возможных источников получения требуемых ресурсов с оценкой их качества и возможности исполнения; осмысление всех необходимых компонентов операционной деятельности организации; исследование операционного потенциала будущей деятельности организации</p>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину «Операционный менеджмент» Операционная система предприятия Операционная стратегия предприятия Управление портфелем заказов Управление проектированием технологического процесса Управление поставкой ресурсов Управление операционными мощностями Управление операционными программами, графиками, заданиями Управление запасами Управление движением элементов операций Управление операционными дефектами Проектирование системы управления операциями на предприятии Нормирование операционного процесса Экономические результаты операционных процессов</p>		

Наименование дисциплины	Этика бизнеса		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.27		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины обеспечение овладения студентами основ этических знаний в сфере деловых отношений и обучение их современным практическим принципам этики деловых отношений.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение сведений о предмете этики деловых отношений, ее основных понятиях, нормах и принципах;</li> <li>- овладение знаниями о практической реализации этических норм и ценностей в деловых отношениях;</li> <li>- усвоение этических знаний о самосовершенствовании личности, реализации нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами;</li> <li>- овладение знаниями в области профессиональной этики, социальной ответственности фирмы</li> <li>- раскрытие механизмов внедрения этических норм, стандартов и требований, в частности в практику российского бизнеса;</li> <li>- выработка убеждения у студентов в необходимости знания этики деловых отношений для практической профессиональной деятельности;</li> <li>- формирование этического взгляда на экономические взаимоотношения;</li> <li>- формирование у слушателей понятия этичности служебного поведения и поступков менеджера</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Этика, мораль, нравственность. Социальные, этнические, этические требования к поведению в организации</p> <p>Особенности профессиональной этики в бизнесе</p> <p>Проблема коррупции в бизнесе</p> <p>Конфликт интересов в бизнесе, механизмы преодоления</p> <p>Этические кодексы и этические стандарты в бизнесе</p> <p>Антикоррупционная экспертиза нормативно-правовых актов</p> <p>Раскрытие информации о финансово-экономических показателях деятельности фирмы</p> <p>Этические требования к профессиональной деятельности в различных сферах бизнеса</p> <p>Зарубежный опыт поведения в бизнесе</p>		

Наименование дисциплины	Финансовый менеджмент		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.28		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель преподавания дисциплины «Финансовый менеджмент» является приобретение студентами комплексных знаний, необходимых при разработке, реализации и оценке управленческих решений в области финансовой и инвестиционной деятельности организаций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомление с основными принципами и базовыми категориями финансового менеджмента;</li> <li>- изучение методов финансового менеджмента, методик расчета основных финансовых показателей для оценки экономической эффективности принимаемых управленческих решений.</li> <li>- формирование компетенций в области оценки экономической эффективности принимаемых управленческих решений.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину финансовый менеджмент  Управление оборотным капиталом предприятия  Методологические основы принятия финансовых решений  Управление источниками долгосрочного финансирования  Инвестиционная политика организаций (предприятий)  Финансовый анализ. Финансовое состояние организации (предприятия)  Финансовое планирование деятельности организаций (предприятий)</p>		

Наименование дисциплины	Управление проектами		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.29		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины - подготовка студентов к организационно-управленческой, аналитической и иной деятельности, требующейся в ходе реализации проектов, как в качестве исполнителей, так и руководителей проектов.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить экономические закономерности развития сферы управления проектами;</li> <li>- изучить организацию проектирования;</li> <li>- выяснить способы оценки продукции проектного производства, особенности финансирования проектных работ;</li> <li>- дать экономическое обоснование проектных решений.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Основные понятия и определения. Классификация проектов  Окружение проектов. Участники проекта  Жизненный цикл проекта. Процессы управления проектами  Функции управления проектами  Структура проекта. Организационные структуры  Основы финансирования проектов. Способы и источники финансирования. Бюджет проекта  Оценка эффективности проекта. Критерии эффективности  Управление рисками проекта  Информационные системы управления проектами</p>		

Наименование дисциплины	Инвестиционный анализ		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.О.30		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель преподавания дисциплины «Инвестиционный анализ» является формирование у студентов комплексных знаний в области разработки, реализации и оценки эффективности инвестиционных решений.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представлений об основных этапах разработки инвестиционных проектов, специфике принятия обоснованных инвестиционных решений в условиях риска;</li> <li>- ознакомление с методами анализа эффективности инвестиционного проекта, оценки инвестиционных рисков;</li> <li>- формирование компетенций в области оценки инвестиционного анализа для оценки экономической эффективности принимаемых управленческих решений</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Предмет и задачи инвестиционного анализа</p> <p>Финансирование инвестиционной деятельности</p> <p>Традиционные и альтернативные методы оценки инвестиционных решений</p> <p>Подготовка исходных данных для инвестиционного анализа</p>		

Наименование дисциплины	Коммерческая деятельность		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	3 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – освоение теоретических знаний в области методологии и организации коммерческой деятельности предприятий, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–изучение вопросов организации хозяйственных связей в коммерции, инструментов оценки и выбора деловых партнеров, освоение основных принципов договорной работы;</li> <li>–получение представления о системе качества торгового обслуживания и условиях его совершенствования;</li> <li>–освоение инновационных методов, средств и технологий в области коммерческой деятельности.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Основные понятия и сферы применения коммерческой деятельности</p> <p>Объекты и субъекты коммерческой деятельности</p> <p>Методология коммерческой деятельности организации</p> <p>Управление коммерческой деятельностью организации</p> <p>Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности</p> <p>Материально-техническая база для коммерческой деятельности организации</p> <p>Договоры в коммерческой деятельности предприятий</p> <p>Управление товарным обеспечением</p> <p>Анализ и оценка коммерческой деятельности</p>		



Наименование дисциплины	Поведение потребителей		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – освоение теоретических знаний в области поведения потребителей, методов его формирования и прогнозирования, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности, формирование необходимых компетенций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение теорий потребностей;</li> <li>– получение представления о системе управления потребительскими предпочтениями;</li> <li>– освоение методов, средств и технологий формирования и прогнозирования поведения потребителей.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Объект, предмет дисциплины «Поведение потребителей»</p> <p>Модели поведения потребителей</p> <p>Предпокупочные процессы в поведении потребителей</p> <p>Покупка и ресурсы потребителей</p> <p>Постпокупочные процессы</p> <p>Влияние культуры на поведение потребителей</p> <p>Социальная стратификация и статус потребителя</p> <p>Групповые и персональные влияния на потребителя</p> <p>Мотивация и жизненный стиль потребителей</p>		

Наименование дисциплины	Основы цифрового маркетинга		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.03		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины Развитие профессиональных компетенций в области использования инструментов маркетинга для разработки и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Сформировать понимание специфики применения классических инструментов маркетинга в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>2.Научить разрабатывать стратегию интернет-продвижения.</li> <li>3.Выработать навыки в области решения управленческих задач по реализации стратегии интернет-продвижения.</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Сущность цифрового маркетинга Сегментация и клиентоориентированность в цифровом маркетинге Обзор инструментов цифрового маркетинга Разработка стратегии цифрового маркетинга Создание и оптимизация сайта Маркетинг в социальных сетях и новых медиа Digital-реклама E-mail маркетинг Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</p>		

Наименование дисциплины	Рекламная деятельность		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.04		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины - сформировать компетенции обучающегося в области организации рекламной кампании, ознакомить с теоретическим материалом относительно определения понятия рекламы, ее видов, психологических основ и ее эффективности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определить место рекламы в структуре маркетинга.</li> <li>2. Проанализировать психологические и методологические основы рекламной работы.</li> <li>3. Изучить сущность корпоративной рекламы и Public Relations.</li> <li>4. Освоить планирование рекламной кампании и определение ее эффективности.</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Реклама в структуре маркетинга</p> <p>Психологические основы рекламного воздействия</p> <p>Методология рекламной работы и основные каналы рекламной коммуникации</p> <p>Корпоративная реклама</p> <p>Public Relations («паблик рилейшнз») в структуре маркетинговых коммуникаций</p> <p>Основы коммуникации в PR</p> <p>Планирование рекламной кампании</p> <p>Эффективность рекламы</p>		

Наименование дисциплины	Мониторинг цен и ценообразование		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.05		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний об общих основах ценовой политики и ценовой стратегии, роли цены в современной рыночной экономике, изучение методологии и методики рыночного ценообразования, методологических особенностей ценообразования в России, изучение состава и структуры цен, особенностей формирования и регулирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов понимания необходимости использования знаний о сущности, составе и структуре цены – одной из важнейших экономических категорий, о системе цен, их видах;</li> <li>- вооружение студентов знаниями методических вопросов формирования цен на основных товарных рынках, государственной политики в области ценообразования и значении их при решении задач в профессиональной деятельности;</li> <li>- ознакомление студентов с особенностями ценовой политики и стратегии фирм на внутреннем и внешнем рынке.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину ценообразование</p> <p>Формирование цен</p> <p>Государственное регулирование цен</p> <p>Ценовая политика и выбор ценовой стратегии</p> <p>Отраслевое ценообразование</p> <p>Методы ценообразования</p>		

Наименование дисциплины	Товароведение		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.06		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: усвоение теоретических знаний о товароведении и товаре как объекте коммерческой деятельности, приобретение навыков оценки и сохранения его качества на этапах производства, товародвижения и использования. Эти знания позволят специалистам рационально осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом ассортиментных, количественных и качественных характеристик товаров</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение основных категорий товароведения и экспертизы товаров;</li> <li>– овладение едиными методами и приемами анализа потребительной стоимости;</li> <li>– усвоение научных знаний и приобретение практических навыков в области систематизации и кодирования товаров;</li> <li>– приобретение навыков анализа и управления ассортиментом товаров;</li> <li>– изучение потребительских свойств товаров и приобретение навыков построения и анализа номенклатуры потребительских свойств</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Основы товароведения</p> <p>Товароведная характеристика отдельных групп продовольственных товаров</p> <p>Товароведная характеристика отдельных групп непродовольственных товаров</p>		

Наименование дисциплины	Электронная коммерция		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.07		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	5 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: Целью дисциплины является изучение методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов, а также формирование практических навыков ее использования для получения эффективного управленческого решения.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение необходимых знаний о методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- применение методов системного анализа и моделирования архитектуры предприятия;</li> <li>- проведение научных исследований для выработки стратегических решений по проектированию ИС;</li> <li>- применение студентами инструментальных средств моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- получение базовых навыков построения и анализа структурных и функциональных моделей бизнес- процессов в управлении</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Понятие и базовые технологии электронного бизнеса  Электронные платежные системы  Системы электронного бизнеса в секторе В2В  Системы электронного бизнеса в секторе В2С  Системы электронного бизнеса в секторе С2С  Создание и продвижение сайта. Реклама в Интернет  Деятельность Государственных структур в Интернет  Правовое обеспечение электронного бизнеса  Планирование Интернет - проектов</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.08		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – сформировать компетенции обучающегося в области организации маркетингового исследования, ознакомить с теоретическим материалом относительно определения направления исследования, его объекта и предмета, типа выборки и инструментария.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение целей, задач, направлений маркетинговых исследований;</li> <li>2. Ознакомление с прикладными методами, принципами их применения;</li> <li>3. Освоение критериев написания отчета по проведенному исследованию;</li> <li>4. Изучение основ прогнозирования, посредством маркетингового исследования.</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования»</p> <p>Цели, задачи и направления маркетинговых исследований</p> <p>Принципы и методы маркетинговых исследований</p> <p>Общая характеристика этапов маркетинговых исследований.</p> <p>Выбор методов проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований</p> <p>Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации</p> <p>Определение методов сбора необходимых данных</p> <p>Измерения и разработка форм сбора данных</p> <p>Разработка выборочного плана и определение объема выборки</p> <p>Организация сбора данных. Реализация плана исследования</p> <p>Подготовка заключительного отчета о проведении исследования</p> <p>Прогнозирование в маркетинговых исследованиях</p>		

Наименование дисциплины	Инструменты интернет-маркетинга и веб-аналитики		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.09		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: Целью дисциплины является изучение методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов, а также формирование практических навыков ее использования для получения эффективного управленческого решения.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение необходимых знаний о методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- применение методов системного анализа и моделирования архитектуры предприятия;</li> <li>- проведение научных исследований для выработки стратегических решений по проектированию ИС;</li> <li>- применение студентами инструментальных средств моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- получение базовых навыков построения и анализа структурных и функциональных моделей бизнес- процессов в управлении</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в электронный сетевой маркетинг          Основы электронного бизнеса и место электронного маркетинга в электронном бизнесе          Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке.          Комплекс электронного маркетинга          Маркетинговые исследования в сети интернет          Информационные и телекоммуникационные технологии и системы в маркетинге          Сеть интернет как инструмент маркетинга          Реклама в сети интернет          Этические и правовые аспекты электронного маркетинга</p>		



Наименование дисциплины	Анализ рынка и организация продаж		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.10		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Анализ рынка и организация продаж» является формирование компетенций, направленных на получение практических навыков в области анализа рынка товаров и услуг и практического применения методов при изучении явлений и процессов товарного рынка и организации продаж.</p> <p>Задачами дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение методологии применения современных методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка в ситуациях неопределенности и риска;</li> <li>- освоение методов работы с информационными технологиями, использование интернет ресурсов для их дальнейшего применения в учебной, научной и профессиональной деятельности</li> <li>- организация процессов прогнозирования и планирования на макро- и микроуровне;</li> <li>- определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;</li> <li>- изучить методику оценки конкурентоспособности торгового предприятия в условиях конкурентного товарного рынка</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей</p> <p>Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка</p> <p>Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения</p> <p>Сбытовая деятельность фирмы</p> <p>Организация отдела продаж на фирме</p> <p>Планирование и реализация сбытовой деятельности</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинг услуг		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.11		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины – освоение теоретических знаний в области создания, продвижения и реализации услуг покупателям с целью получения прибыли, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение механизмов формирования системы взаимоотношений с клиентами;</li> <li>– получение навыков выявления потребности и создание ценности для потребителей на B2B и B2C рынках;</li> <li>– освоение методов привлечения новых клиентов и удерживания существующих.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Сущность и отличительные черты услуги как товара. Классификация услуг.</p> <p>Покупательское поведение на рынке услуг Регулирование рынка услуг</p> <p>Сегментирование рынка услуг и позиционирование услуги.</p> <p>Система маркетинга и элементы комплекса маркетинга в сфере услуг.</p> <p>Особенности маркетинга в некоторых отраслях сферы услуг.</p>		

Наименование дисциплины	Управление проектами в интернет-маркетинге		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.12		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: создание у студентов профессионального представления о целостном, процессе деловой активности субъектов хозяйствования в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у них практических навыков разработки и маркетинга проектов.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <p>выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– получение знаний о системе организации проектов, основах разработки маркетинговой стратегии проектов;</li> <li>– освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности;</li> <li>– формирование навыков по расчету бюджета проекта и его реализации</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Понятие «интернет-проект»</p> <p>Маркетинговая кампания как «интернет-проект»</p> <p>Бизнес-планирование и управление проектами</p> <p>Цели создания веб-сайта и целевые группы</p> <p>Веб-сайт как интернет-проект</p> <p>Продажи и покупки в электронном бизнесе</p> <p>Перенос процесса продаж в интернет</p> <p>Возможности социальных сетей для бизнес</p> <p>Постановка задач интернет-проекта</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинговые стратегии		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.13		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины - сформировать компетенции обучающегося в области построения маркетинговых стратегий организации, ознакомить с теоретическим материалом относительно основных понятий, типов стратегий маркетинга.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить основы современного маркетинг-менеджмента;</li> <li>– определить сущность типовых и базовых маркетинговых стратегий;</li> <li>– освоить стратегии сегментирования и позиционирования, а также товарные стратегии компании;</li> <li>– проанализировать ценовые, распределительные, коммуникативные стратегии</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента</p> <p>Типовые маркетинговые стратегии</p> <p>Базовые маркетинговые стратегии</p> <p>Стратегии сегментирования и позиционирования</p> <p>Товарные стратегии компании</p> <p>Ценовые стратегии</p> <p>Стратегии в области распределения</p> <p>Коммуникационные стратегии</p>		

Наименование дисциплины	Управление конкурентоспособностью продукта		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.14		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины - сформировать компетенции обучающегося в области обеспечения конкурентоспособности продукта, ознакомить с теоретическим материалом относительно определения понятия конкуренции, оценки преимуществ товара или услуги, конкурентных стратегий.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассмотреть конкуренцию в качестве фактора маркетинговой среды организации;</li> <li>– изучить конкурентные преимущества товара и услуги, их конкурентоспособность;</li> <li>– ознакомиться с информационными технологиями, применяемыми в управлении конкурентоспособностью продукта.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Конкуренция как фактор маркетинговой среды организации</p> <p>Конкурентные преимущества объектов</p> <p>Конкурентоспособность товара</p> <p>Оценка конкурентоспособности товара</p> <p>Управление конкурентоспособностью товаров</p> <p>Особенности оценки конкурентоспособности услуг</p> <p>Конкурентоспособность организации</p> <p>Анализ деятельности конкурентов</p> <p>Оценка конкурентоспособности организации</p> <p>Конкурентные стратегии</p> <p>Информационные технологии в управлении конкурентоспособностью</p>		

Наименование дисциплины	Промышленный маркетинг в цифровой среде		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.15		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов знаний в области маркетинга сырья, машин и оборудования, промышленных услуг, особенностей отраслевого маркетинга.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение представления об основных принципах маркетинга промышленных предприятий, комплексе маркетинга и его составляющих на рынке промышленных предприятий;</li> <li>- овладение процедурами исследования и сегментирования рынков, позиционирования рыночного предложения;</li> <li>- изучение основ разработки и реализации маркетинговых стратегий и программ на рынке промышленных предприятий;</li> <li>- приобретение умений в области формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политик предприятия,</li> <li>- умение управлять процессом определения и создания потребительской ценности;</li> <li>- наработка навыков принятия и аргументации решений в отношении маркетинговой деятельности предприятия в меняющейся рыночной ситуации</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Концепция промышленного маркетинга</p> <p>Маркетинговые исследования промышленных рынков</p> <p>Процесс закупки в промышленной среде</p> <p>Товарная политика в промышленном маркетинге</p> <p>Ценовая политика в промышленном маркетинге</p> <p>Организация сбыта товаров промышленного назначения в цифровой среде</p> <p>Цифровые маркетинговые коммуникации в промышленной среде</p> <p>Особенности изучения конъюнктуры рынков сырья</p> <p>Особенности изучения конъюнктуры рынков машин и оборудования</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинговые коммуникации		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.16		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины</p> <p>Сформировать профессиональные компетенции в области формулирования, реализации и контроля выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дать представления о разработке стратегических и тактических решений в отношении комплекса маркетинга фирмы, в том числе с использованием цифровых технологий.</li> <li>2. Познакомить с особенностями использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий и организаций.</li> <li>3. Обучить основам оценки эффективности маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий и организаций</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Маркетинг и система интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Реклама в структуре маркетинговых коммуникаций</p> <p>Корпоративная реклама. Фирменный стиль и товарные знаки в рекламе</p> <p>Связи с общественностью (PR) как инструмент маркетинговых коммуникаций</p> <p>Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций</p> <p>Выставки и ярмарки как инструмент маркетинговых коммуникаций</p> <p>Бюджет и планирование коммуникативных кампаний</p> <p>Медиаметрия и медиапланирование в организации коммуникативных мероприятий</p> <p>Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций</p>		

Наименование дисциплины	Маркетинговое консультирование		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.17		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: Сформировать профессиональные компетенции в области формулирования, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дать понимание моделей и методов управления комплексом маркетинга организации, основных на современных технологиях продвижения продукта на рынок, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»</li> <li>2. Сформировать представление об отраслевых особенностях организации процесса маркетингового консультирования предприятий и организаций.</li> <li>3. Познакомить с методами оценки эффективности маркетинговой стратегии, экспертизы проектов и бизнес-планов</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Содержание и сущность бизнес-консультирования</p> <p>Процесс консультирования</p> <p>Характеристика форм консультирования</p> <p>Основные области применения различных форм консультирования</p> <p>Особенности маркетингового консультирования. Аудит маркетинга</p> <p>Разработка стратегий предприятия</p> <p>Маркетинговые исследования</p> <p>Экспертиза бизнес-проектов и бизнес-планов</p> <p>Оптимизация организационной структуры предприятия</p>		



Наименование дисциплины	Брендинг		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.18		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Брендинг» – формирование профессиональных компетенций в части освоения студентами основных вопросов формирования, продвижения и управления брендами в условиях конкуренции и кардинальных изменений в поведении потребителей.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- исследование совокупности характеристик продукции воплощенных в образе бренда;</li> <li>- анализ концепции позиционирования бренда;</li> <li>- диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом;</li> <li>- изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Современные концепции бренд-маркетинга</p> <p>Типы брендов</p> <p>Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов</p> <p>Разработка платформы бренда</p> <p>Разработка системы идентификаторов бренда</p> <p>Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения</p> <p>Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда</p> <p>Оценка стоимости бренда</p> <p>Правовые основы брендинга</p>		

Наименование дисциплины	SMM-менеджмент		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.19		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины получение студентами систематизированных знаний в области социального медиа; приобретение ими компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, Viber, Telegram);</li> <li>– освоить особенности работы на каждом канале;</li> <li>– изучить вопросы ведения и продвижения аккаунтов и групп в социальных сетях;</li> <li>– освоить практику клиентской поддержки во всех каналах</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>«Социальный медиа маркетинг" (SMM): понятие, история появления, технологии</p> <p>Основные принципы работы в SMM</p> <p>Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей</p> <p>Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов</p> <p>SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете</p>		

Наименование дисциплины	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.20		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	2-6 семестры	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» – формирование физической культуры личности, способности направленно использовать средства физической культуры в соответствии со своими интересами и потребностями организма. Элективные курсы по физической культуре и спорту приобщают обучающихся к ценностям спорта, а также формируют внутреннюю потребность в том, чтобы систематически заниматься физической культурой и увлекаться событиями из мира спорта.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимание социальной значимости физической культуры, ее роли в развитие личности и подготовке к профессиональной деятельности;</li> <li>– знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;</li> <li>– формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</li> <li>– овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;</li> <li>– приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</li> </ul> <p>создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений</p>		
Тематическое содержание	<p>Легкая атлетика Настольный теннис Аэробика Стрелковый тир</p>		

Наименование дисциплины	Анализ маркетинговой информации		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.01.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины</p> <p>Формирование профессиональных компетенций в области применения различных подходов к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет», для обеспечения управленческих решений в области маркетинга</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <p>1. Научить планировать и осуществлять маркетинговые исследования, оценивать результаты маркетинговых исследований и определяет качество входящей маркетинговой информации.</p> <p>2. Сформировать умения в части организации и обеспечения работоспособности маркетинговой информационной системы организации, работы с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований.</p> <p>3. Дать представление об основных методах и моделях обработки и анализа маркетинговой информации в целях реализации маркетинговой стратегии предприятия</p>		
Тематическое содержание	<p>Маркетинговая информационная система</p> <p>Методы сбора и анализа маркетинговой информации</p> <p>Основы работы со статистическим пакетом SPSS</p> <p>Методы описательной статистики меры центральной тенденции и разброса</p> <p>Анализ двумерной. Коэффициенты парной связи.</p> <p>Сравнение средних значений показателей в группах.</p> <p>Регрессионный анализ: линейная регрессия, регрессия с фиктивными переменными, бинарная логистическая регрессия</p> <p>Кластерный анализ</p> <p>Факторный анализ</p>		

Наименование дисциплины	Эконометрика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.01.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Эконометрика» – сформировать у бакалавров системное представление о месте эконометрической науки в исследованиях социально-экономических процессов, а так же ознакомить бакалавров с современными методиками анализа и обработки больших массивов данных с использованием методов построения эконометрических моделей.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомить бакалавров с новейшими достижениями ИТ в изучении эконометрических моделей;</li> <li>– ознакомить бакалавров с научным понятийным и методологическим аппаратом науки эконометрии;</li> </ul> <p>научить бакалавров использовать основные принципы, методы и технологии обработки и анализа эконометрических моделей</p>		
Тематическое содержание	<p>Эконометрика. Общие положения. Цели. Задачи. Инструментарий эконометрики. Основные типы эконометрических моделей.</p> <p>Дисперсионный анализ в изучении парной и множественной корреляции.</p> <p>Парная регрессия и корреляция в эконометрических исследованиях экономики предприятий (организаций)</p> <p>Множественная регрессия и корреляция в экономике предприятий (организаций)</p> <p>Временные ряды в эконометрических исследованиях экономики предприятий (организаций)</p> <p>Критерии чувствительность эконометрических моделей.</p> <p>Методики анализа и обработка данных с применением ИТ в изучении эконометрических моделей.</p>		

Наименование дисциплины	Создание и оптимизация сайта		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.02.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины «Создание и оптимизация сайта» – сформировать у обучающихся навыки создания и продвижения сайтов, необходимые для современного цифрового маркетинга.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить обучающихся с основами продвижения сайтов в Интернет-пространстве ;</li> <li>- научить базовым подходам к разработке html-документов с использованием современных технологий;</li> <li>- научить приемам верстки с использованием фреймворка Bootstrap.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение в дисциплину Создание и оптимизация сайта, обзор современных технологий верстки html-страниц сайтов</p> <p>Принципы организации фреймворка Bootstrap, его основные компоненты. Механизмы оптимизации сайта с помощью Bootstrap</p> <p>Понятие "компонент" в Bootstrap, его основные виды.</p> <p>Навигация в Bootstrap</p> <p>Навигационная панель</p> <p>Медиазапросы</p> <p>Модальные окна и формы</p> <p>Технология flexbox</p> <p>Механизмы продвижения сайта с помощью фреймворка Material Bootstrap(МВ)</p>		

Наименование дисциплины	E-mail маркетинг		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.02.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель освоение технологий интернет-маркетинга посредством изучения способов стратегическое использование электронной почты для продвижения бизнеса или продуктов.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить основы e-mail-маркетинга, рассмотреть задачи, решаемые с помощью этого инструмента в интернете</li> <li>- познакомить с видами и технологиями рекламы реализуемой посредством e-mail маркетинга</li> <li>- раскрыть сущность e-mail-маркетинга и особенностей применения его инструментов;</li> <li>- освоить приемы и методы формирования и использования информационных ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>VUCA-мир. Цифровая трансформация бизнеса. Интеграция цифровых (digital) технологий в маркетинг</p> <p>Поведение потребителей: цифровая трансформация потребительского опыта</p> <p>Построение Карты пути клиента (Customer Journey Mapping) в практике российских компаний</p> <p>Маркетинговые исследования и маркетинговая аналитика с использованием цифровых инструментов</p> <p>Инструменты интернетмаркетинга: контекстная реклама, SEO, email маркетинг</p> <p>Контент-маркетинг. Интегрированные онлайн-коммуникации</p> <p>Мобильный маркетинг</p> <p>Ключевые цифровые технологии индустрии 4:0 и их использование в маркетинге</p>		

Наименование дисциплины	Защита прав потребителей в электронной коммерции		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.03.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью дисциплины «Организация защиты прав потребителей» является ознакомление студентов с важнейшими аспектами защиты прав потребителей и формирование на этой основе комплекса теоретических знаний и практических навыков</p> <p>Задачи:</p> <p>рассмотрение основных понятий законодательства о защите прав потребителей,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотрение основных положений законодательства о защите прав потребителей,</li> <li>- рассмотрение экономических аспектов понятия качества товаров, работ, услуг,</li> <li>- рассмотрение государственных стандартов РФ,</li> <li>- рассмотрение способов определения качества товаров, работ, услуг,</li> <li>- сертификация товаров и услуг,</li> <li>- организация защиты и восстановления нарушенных прав потребителей.</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Отношения в области защиты прав потребителей, их правовое регулирование в электронной коммерции</p> <p>Институты обеспечения качества товаров, работ и услуг</p> <p>Права потребителя на информацию о товарах, работах и услугах при продажах в сети интернет</p> <p>Права потребителей при покупке товаров, работ, услуг</p> <p>Процессы защиты прав потребителей при продаже товаров, работ, услуг</p> <p>Судебная практика защиты прав потребителей</p> <p>Система органов государственной власти и местного самоуправления по защите прав потребителей</p>		



Наименование дисциплины	Организация защиты прав потребителей		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.03.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью дисциплины «Организация защиты прав потребителей» является ознакомление студентов с важнейшими аспектами защиты прав потребителей и формирование на этой основе комплекса теоретических знаний и практических навыков</p> <p>Задачи:</p> <p>рассмотрение основных понятий законодательства о защите прав потребителей,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотрение основных положений законодательства о защите прав потребителей,</li> <li>- рассмотрение экономических аспектов понятия качества товаров, работ, услуг,</li> <li>- рассмотрение государственных стандартов РФ,</li> <li>- рассмотрение способов определения качества товаров, работ, услуг,</li> <li>- сертификация товаров и услуг,</li> <li>- организация защиты и восстановления нарушенных прав потребителей</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Отношения в области защиты прав потребителей, их правовое регулирование</p> <p>Институты обеспечения качества товаров, работ и услуг</p> <p>Права потребителя на информацию о товарах, работах и услугах</p> <p>Права потребителей при покупке товаров, работ, услуг</p> <p>Процессы защиты прав потребителей при продаже товаров, работ, услуг</p> <p>Судебная практика защиты прав потребителей</p> <p>Система органов государственной власти и местного самоуправления по защите прав потребителей</p>		

Наименование дисциплины	Ознакомительная практика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б2.О.01(У)		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	4 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель практики: Получение первичных профессиональных умений и навыков</p> <p>Задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развитие интереса у студентов к будущей профессиональной деятельности и формирование более полного представления о характере работы по выбранному направлению подготовки;</li> <li>– изучение основных аспектов деятельности и управления организацией – базы практики.</li> <li>– приобретение первичных профессиональных умений и навыков по анализу и организации работы базы практики</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Знакомство с деятельностью предприятия (организации). Изучение инфраструктуры функционирования организации.</p> <p>Изучение документов, регулирующих и определяющих деятельность организации. История создания, организационно-правовая форма организации.</p> <p>Характеристика целей и основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг.</p> <p>Сбор данных маркетинговой деятельности в том числе, в сети Интернет</p> <p>Анализ целевой группы потребителей. Характеристика влияния внешней и внутренней среды организации.</p> <p>Характеристика видов маркетинговой деятельности в организации, в том числе в сети Интернет.</p> <p>Сбор данных о финансовой деятельности организации. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности</p> <p>Формулирование выводов.</p>		

Наименование дисциплины	Технологическая (проектно-технологическая) практика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б2.О.02(П)		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель практики: Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи практики:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение основных аспектов деятельности и управления организацией – базы практики.</li> <li>2. Приобретение практических навыков по анализу и организации работы базы практики, овладение профессиональными умениями и получение опыта профессиональной деятельности.</li> <li>3. Сбор фактических данных о результатах работы базы практики в области организации маркетинговой деятельности предприятия.</li> <li>4. Формирование и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации в условиях динамичной среды</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Изучение документов, регулирующих и определяющих деятельность организации.</p> <p>Характеристика основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг.</p> <p>Изучение организационной структуры, ее типа и характера взаимоотношений между структурными подразделениями.</p> <p>Изучение задач и функций маркетинговой службы, ее структуры</p> <p>Анализ компетенций сотрудников маркетинговой службы. Разработка предложений по программе повышения квалификации специалистов маркетинговой службы</p> <p>Комплексный анализ внешних факторов и факторов внутренней среды организации, анализ их влияния на деятельность организации.</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности функционирования организации и разработка рекомендаций по ее повышению.</p> <p>Анализ маркетинговой деятельности организации, реализуемой маркетинговой стратегии. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия и повышению эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Характеристика коммерческой деятельности организации.</p> <p>Формулирование выводов.</p>		

Наименование дисциплины	Преддипломная практика		
Индекс дисциплины по учебному плану	Б2.О.03(П)		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель практики: Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также сбор материала для выполнения выпускной квалификационной работы.</p> <p>Задачи практики:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение основных аспектов деятельности и управления организацией – базы практики;</li> <li>2. Приобретение практических навыков по анализу и организации работы базы практики, овладение профессиональными умениями и получение опыта профессиональной деятельности.</li> <li>3. Сбор фактических данных о результатах работы базы практики в области организации управленческой деятельности, а также в сфере проблем управления, выбранных для исследования в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.</li> </ol>		
Тематическое содержание	<p>Изучение теоретико-методологических основ проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).</p> <p>Проведение маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Проведение комплексного анализа поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка методов управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка комплекса маркетинга, в том числе в сети Интернет, в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка маркетинговой стратегии в том числе в сети Интернет в рамках объекта и предмета ВКР,</p> <p>Анализ и оценка стратегии продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета исследования</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в сети Интернет в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p>		

Наименование дисциплины	Базы данных		
Индекс дисциплины по учебному плану	ФТД.01		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	6 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: Целью дисциплины является изучение методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов, а также формирование практических навыков ее использования для получения эффективного управленческого решения.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение необходимых знаний о методологии структурного анализа и моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- применение методов системного анализа и моделирования архитектуры предприятия;</li> <li>- проведение научных исследований для выработки стратегических решений по проектированию ИС;</li> <li>- применение студентами инструментальных средств моделирования бизнес-процессов;</li> <li>- получение базовых навыков построения и анализа структурных и функциональных моделей бизнес- процессов в управлении</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Введение. Основные понятия теории баз данных.</p> <p>Основы теории баз данных. Системы управления базами данных. Обзор современных СУБД.</p> <p>Модели баз данных. Проектирование баз данных. Основные задачи и этапы проектирования баз данных.</p> <p>Основные понятия реляционных баз данных на примере ACCESS</p> <p>Обработка, систематизация информации в реляционной базе данных.</p> <p>Язык запросов SQL</p> <p>Решение задач с использованием мастера функций и построителя выражений. Базисные средства манипулирования реляционными данными</p>		

Наименование дисциплины	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО		
Индекс дисциплины по учебному плану	ФТД.02		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	7 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Целью дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО» является формирование у обучающихся теоретических знаний о сущности, значении и формах волонтерского движения, а также развитие у обучающихся представлений о практической стороне волонтерского движения, включая взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственными им организациями.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование способности работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>- формирование способность к самоорганизации и самообразованию;</li> <li>- формирование готовности к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, а также владение навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других;</li> <li>- формирование навыков разработки организационной и функционально-штатной структуры, разработки локальных нормативных актов, касающихся организации труда (правила внутреннего трудового распорядка, положение об отпусках, положение о командировках)</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Теоретические и методические основы добровольчества. Направления добровольческой деятельности</p> <p>История зарубежного и российского опыта добровольческой деятельности</p> <p>Нормативно-правовые основы добровольческой деятельности.</p> <p>Государственная поддержка добровольческой деятельности</p> <p>Современные добровольческие проекты России и зарубежья</p> <p>Компетенции добровольца</p> <p>Технологии организации добровольческой деятельности</p>		

Наименование дисциплины	Медиапланирование		
Индекс дисциплины по учебному плану	ФТД.03		
Семестр(ы) изучения дисциплины	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
	8 семестр	—	—
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель дисциплины: изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– усвоение ключевых понятий теории медиапланирования;</li> <li>– знание основных параметров медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний;</li> <li>– овладение исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования;</li> <li>– овладение технологиями выбора рекламных носителей</li> </ul>		
Тематическое содержание	<p>Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.</p> <p>Основные носители рекламы и их характеристики</p> <p>Профессиограмма медиапланера</p> <p>Основные этапы медиаланирования</p> <p>Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике</p> <p>Программное обеспечения медиапланирования</p> <p>Принципы отбора медианосителей.</p> <p>Характеристики и особенности основных каналов размещения</p> <p>Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании</p>		