

АННОТАЦИИ
к рабочим программам дисциплин
основной образовательной программы высшего образования
с направленностью
«Маркетинг»
по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«История»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;

Уметь: ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе, осуществлять сбор и интерпретацию необходимых данных для анализа социально-значимых проблем; анализировать социально-значимые проблемы и процессы мировой и отечественной экономической истории;

Владеть: навыками объективно и аргументировано оценивать закономерности исторического развития.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины

История России является неотъемлемой частью мировой истории. Знание исторического опыта развития нашего государства позволяет более четко сформировать картину общемирового развития, а также применить исторический опыт прошлого в разрешении современных экономических, социальных и политических проблем. Данная дисциплина призвана дать студентам общее представление об основных проблемах развития нашей страны. Дисциплина является неотъемлемой частью подготовки всесторонне развитого специалиста в области международных отношений. Студенты должны по итогам изучения дисциплины иметь четкое представление об основных экономических, политических и социальных процессах в России, знать персоналии наиболее

выдающихся государственных и политических деятелей, иметь представление о месте и роли России в мировой истории.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Философия»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления. Специфику философии и ее роль в жизни человека и общества. Основные парадигмы развития философии: философию Древнего Востока, Античную философию, философию Средневековья, философию Нового времени, Современную западную философию, Русскую философию. Основные разделы философского знания: онтологию, гносеологию, антропологию, социальную философию, аксиологию. Взаимосвязь философии и других видов мировоззрения: мифологического, религиозного, эстетического, научного;

Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские процессы; понимать значение философии в развитии современного мира и человека; анализировать познавательные отношения, выстраивать модели познавательных отношений; понимать основные концепции истины, роль науки в современном обществе; анализировать общественно-историческую реальность, современность и глобальные проблемы цивилизации; анализировать будущее в контексте информационной парадигмы;

Владеть: навыками философского мышления для формирования мировоззренческой позиции; приемами применения принципов, законов и категорий, необходимых для оценки и понимания природных явлений, социальных и культурных событий, и в изучении профессиональных циклов; приемами ведения дискуссии и полемики по мировоззренческой проблематике, изложения собственной позиции; целостной картиной мира, мировоззрением, диалектическим и системным взглядом на объект анализа.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного

философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

Исторические типы философии. Общая философия (основные философские проблемы). В историко-философском разделе представлены темы, позволяющие понять специфику философского знания, направления и источники его генезиса, роль в развитии различных явлений культуры. Второй раздел обращен к проблемам бытия, познания, методологии, антропологии, социальной философии и др. Изложение традиционных аспектов философского знания, их актуализация обеспечивается историческим и логическим единством названных разделов, включением интерпретаций собственно-теоретической проблематики в историко-философское поле. Систематическое изложение базовых категорий в курсе философии составляет тезаурус теоретического мышления и основу культурно-мировоззренческой ориентации студентов. Названные разделы обеспечивают знакомство с ключевыми проблемами философского знания в контексте парадигмальных установок философского, гуманитарного, социального познания.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: правила письма и устной речи на иностранном языке;

Уметь: грамотно и аргументировано выражать свою точку зрения, вести дискуссию на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;

Владеть: навыками коммуникации на иностранном языке в межличностном и деловом общении.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 8 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Общая информация об английском языке. Разновидности английского языка. Общение в повседневных ситуациях, социально-культурной сфере (установление и поддержание контактов, запрос и

предоставление информации, побуждение к действию, выражение намерения, выражение согласия/несогласия с другим мнением). Словообразование (приставки, суффиксы, окончания разных частей речи). Структура предложения в иностранном языке (повествовательное, вопросительное, побудительное). Ежегодная традиция определения «слова года» в Америке, Великобритании и России. Поиск «слова года» за последние 5 лет. Глаголы to be, to have. Время Present Simple. Система высшего образования в стране изучаемого языка, условия и порядок поступления в высшие учебные заведения, организация занятий, меры социальной поддержки обучающихся. История и структура университета и института, направления подготовки, условия для поступления, организация занятий, научной работы и творческой деятельности обучающихся, требования получения диплома выпускника. Понятие глобализации, её аспекты. Виды математических операций. Понятие менеджмента, его функции. Уровни управления в компании. Функции менеджеров на разных уровнях управления. Основные организационные уровни управления на предприятии, основные функции управляющего, личные качества идеального управляющего. Понятие маркетинга, функции начальника отдела маркетинга, различие фирм, ориентированных на производство, ориентированных на маркетинг, техники исследования рынка.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Право»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные нормативные документы, регулирующие деятельность предприятия в вопросах выбора его организационно-правовых форм, нормирования и оплаты труда, разработке бизнес-планов предприятия, ценовой политики предприятия;

Уметь: применять законы, указы, нормативные документы в различных ситуациях для принятия соответствующих решений;

Владеть: навыками извлечения необходимой информации для характеристики объекта изучения.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы теории государства и права. Основы конституционного права РФ. Основы административного права РФ. Судебная система и правоохранительные органы. Основы гражданского законодательства РФ. Основы брачно-семейного законодательства РФ. Основы трудового права РФ. Основы уголовного права РФ. Основы экологического права РФ.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Социология»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: закономерности функционирования и развития социальных общностей как субъектов социальных отношений;

Уметь: учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и прочие различия при взаимодействии людей;

Владеть: методами изучения социальных отношений внутри социальных групп и между ними.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины

Дисциплина раскрывает объект и предмет социологии, ее задачи, понятия общества, социальных отношений и социальных общностей, функции социологии, ее методологическую основу, научные подходы познания общественной жизни, сущность социальных законов, научных понятий и категорий социологии, структуру социологии, уровни и разделы методологии, методы в социологии, сущность социологических теорий, их компоненты и разновидности, понимание общества в разных теоретических направлениях, структурирование общества по разным основаниям, социальную деятельность и взаимодействие, социальные изменения, социальные институты и социальные организации, типы обществ, социально-философские предпосылки социологии как науки, учения об обществе и общественной жизни ученых разных эпох, методологию, методические основы и организацию эмпирических социологических исследований, теории социальной структуры общества, социальное неравенство, природу социальных групп, социальные перемещения, теории личности, понятие человека, индивида, индивидуальности, личности, социализации, адаптации, задачи социологии общественного мнения,

сущность общественного мнения, его структуру, характеристики, функции, способы изучения и формирования.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Культура речи и деловое общение»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: правила письменной и устной речи на русском языке; правила ведения делового диалога, стандарты деловой переписки, алгоритм подготовки к публичному выступлению;

Уметь: грамотно и аргументировано выражать свою точку зрения, вести дискуссию на русском языке; использовать русский язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; грамотно и аргументировано выражать свою точку зрения, вести дискуссию, выстраивать презентацию;

Владеть: навыками коммуникации на русском языке в межличностном и деловом общении; навыками деловой устной и письменной коммуникации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

В рамках дисциплины студенты учатся правильности, уместности и выразительности профессиональной речи. Они овладевают нормами литературного языка, навыками публичного выступления, делового диалога (переговоров, совещания). В рамках дисциплины студенты напишут публицистическое или научно-популярное эссе, сделают презентацию своей идеи и проведут переговоры.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Психология»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: закономерности функционирования и развития социальных общностей как субъектов социальных отношений; возможности для обучения и развития;

Уметь: учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и прочие различия при взаимодействии людей; формулировать цели и способы достижения профессионального

мастерства; осуществлять практическую и/или познавательную деятельность по собственной инициативе;

Владеть: методами изучения социальных отношений внутри социальных групп и между ними; навыками самоорганизации, планирования и осуществления собственной деятельности и самостоятельному получению знаний, в том числе и профессиональных.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основные исторические этапы смены представлений о предмете психологии. Важнейшие направления и отрасли современной психологии. Классификация методов психологии. Сравнительная характеристика группы эмпирических методов: эксперимент, наблюдение и интроспекция, тест. Эксперимент как основной метод психологии. Этапы развития психики. Основные функции психики. Структура психики. Индивид. Личность. Индивидуальность. Теории личности. Темперамент. Характер. Способности. Эмоционально-волевая сфера личности. Психология сенсорных и перцептивных процессов. Внимание и память. Мышление, интеллект, воображение. Мышление, воображение, интеллект.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Введение в профессию»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: возможности для обучения и развития;

Уметь: формулировать цели и способы достижения профессионального мастерства, осуществлять практическую и/или познавательную деятельность по собственной инициативе;

Владеть: навыками самоорганизации, планирования и осуществления собственной деятельности и самостоятельному получению знаний, в том числе и профессиональных

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Менеджер как профессиональный управляющий. Модель компетенций менеджеров различных типов и уровней. Понятие

профессии. Профессии на российском рынке труда. Основные виды деятельности в сфере управления человеческими ресурсами. Области профессиональной деятельности специалиста по финансовому менеджменту. Основные виды деятельности в сфере маркетинга и производственного менеджмента. Общая характеристика направления подготовки «Менеджмент». Требования к профессиональной подготовке менеджера в соответствии с ФГОС. Характеристика дисциплин базовой и вариативной составляющей ОПОП, формирующих траекторию обучения специалиста. Учебный процесс и формирование личности профессионала. Учебная и научная этика. Профессиональные стандарты в областях профессиональной деятельности по направлению подготовки «Менеджмент». Обзоры заработных плат. Понятие карьеры и карьерной траектории. Правила самопрезентации на рынке труда. Собеседование с работодателем. Требования работодателей к кандидатам – выпускникам.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Математика»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; технологию математической обработки управленческой информации; методы сбора, обработки и анализа качественной и количественной информации в сфере профессиональной деятельности;

Уметь: адаптировать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели к конкретным задачам управления предприятием (организацией) на основе проведения количественного и качественного анализа информации; строить и интерпретировать полученные экономические модели;

Владеть: навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений и преодоления локального сопротивления изменениям.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 10 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Изучение дисциплины предполагает формирование основных понятий математики: Основы математического анализа. Дифференциальное и

интегральное исчисление функции одной переменной. Ряды. Дифференциальные уравнения. Функции многих переменных. Матрицы. Определители. Системы линейных уравнений. Векторная алгебра. Линейные отображения. Квадратичные формы. Элементы аналитической геометрии.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «**Статистика**»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы разработки моделей (экономических, финансовых, организационно-управленческих), необходимых для принятия управленческих решений, методические основы адаптации моделей к конкретным задачам управления, основы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, технологию математической обработки управленческой информации, методы сбора, обработки и анализа качественной и количественной информации в сфере профессиональной деятельности;

Уметь: адаптировать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели к конкретным задачам управления предприятием (организацией) на основе проведения количественного и качественного анализа информации, строить и интерпретировать полученные экономические модели;

Владеть: навыками построения моделей, необходимых для принятия управленческих решений, навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений и преодоления локального сопротивления изменениям.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Предмет, методы и основные категории статистики. История развития статистики. Содержание понятия «статистика». Предмет статистики как науки. Основные категории (понятия) статистики. Методы статистики. Основные классификации. Общее понятие о классификациях, группировках и номенклатурах и их роль в статистическом исследовании. Отраслевые классификации видов экономической деятельности, классификация продуктов и другие экономические группировки. Общероссийские классификаторы.

Органы государственной статистики РФ. Статистические стандарты РФ. Задачи и функции Федеральной службы государственной статистики РФ.

Статистическое наблюдение. Понятие статистического наблюдения. Программа и организация наблюдения. Формы, виды и способы наблюдения.

Группировка статистических данных. Сводка статистических данных, способы её выполнения. Группировка статистических данных, её виды и типы. Ряды распределения. Многомерные классификации, их типы и методы выполнения. Статистические таблицы, статистические графики.

Статистические величины. Абсолютные и относительные величины в статистике. Виды и взаимосвязи относительных величин. Средние величины, их виды и принципы применения. Способы расчета средних. Свойства средних. Показатели вариации, их свойства и применение.

Выборочное наблюдение Понятие выборочного наблюдения. Выборочная и генеральная совокупности. Принцип случайного отбора. Ошибки выборки. Определение объема выборки. Распространение выборочных результатов.

Статистические взаимосвязи. Корреляция и регрессия – понятия и свойства. Задачи корреляционного и регрессионного анализа. Парная корреляция и парная линейная регрессия. Множественная линейная регрессия. Нелинейная регрессия. Коэффициенты эластичности, коэффициент детерминации, статистическая оценка значимости регрессии и параметров взаимосвязи. Оценка связи качественных признаков.

Статистическое изучение динамики. Понятие динамических (временных) рядов, их классификация, правила построения. Показатели анализа рядов динамики (показатели интенсивности изменения, средние показатели динамики). Тренды рядов динамики, проверка ряда на наличие тренда, выделение тренда. Анализ сезонных колебаний. Многомерные (взаимосвязанные) ряды динамики, способы их анализа.

Индексы, их виды. Индексный анализ. Понятие индекса, индивидуальные и общие индексы, способы расчета. Индексы переменного и постоянного (фиксированного) состава, индекс структурных сдвигов. Индексный анализ показателей. Свойства

индексов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Экономико-математические методы и модели»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы разработки моделей (экономических, финансовых, организационно-управленческих), необходимых для принятия управленческих решений; методические основы адаптации моделей к конкретным задачам управления; основы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; технологию математической обработки управленческой информации; методы сбора обработки и анализа качественной и количественной информации в сфере профессиональной деятельности;

Уметь: адаптировать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели к конкретным задачам управления предприятием (организацией) на основе проведения количественного и качественного анализа информации; строить и интерпретировать полученные экономические модели;

Владеть: навыками построения моделей, необходимых для принятия управленческих решений; навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений и преодоления локального сопротивления изменениям.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Этапы экономико-математического моделирования. Особенности применения метода математического моделирования в экономике. Классификация экономико-математических моделей. Место и роль экономико-математических методов и моделей в экономике. Сетевое моделирование. Основные понятия теории графов – плоские графы, эйлеровы и гамильтоновы графы, оргграфы. Сетевые графики и правила их построения. Сети Петри. Сетевая модель и ее основные элементы. Понятие критического пути. Временные параметры сетевых графиков. Экономико-математическая модель МОБ и ее основные допущения. Матричная запись и нахождение решения задачи МОБ. Коэффициенты прямых, косвенных и полных материальных затрат. Модель равновесных цен. Динамические модели межотраслевых связей. Понятие и формальные свойства ПФ. Макро- и микро- ПФ. Виды ПФ. Маржинальные и средние ПФ. Изокванты и предельная

норма замещения. Экономическая динамика и ее моделирование. Базовый вариант модель Солоу. Золотое правило накопления капитала. Модель Солоу с учетом технического прогресса. Виды эластичности в экономике. Эластичность спроса по цене и ее связь с эластичностью выручки по цене. Связь цены монополиста с эластичностью спроса по цене. Функция полезности, ее свойства. Кривые безразличия. Функции спроса и кривые доход-потребление, цены потребление. Модель потребительского выбора. Аналитическое определение функции спроса. Уравнение Слуцкого.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информатика»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации, технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации; источники, методы и системы сбора необходимой информации для расширения внешних и внутренних связей на предприятии и в организации, а также информации, предназначенной для обмена опытом,

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учётом целей, задач, планов и структуры организации; организовывать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, осуществлять реализацию проектов, направленных на развитие предприятия и организации в части деловых коммуникаций,

Владеть (иметь практический опыт): навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками пользования поисковыми системами и информационными ресурсами, навыками работы с информационными системами и базами данных; методами и навыками организации связей во внутренней и внешней среде компании, организации, органа государственного или муниципального управления.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Технические и программные средства реализации информационных процессов. Модели решения функциональных и вычислительных задач. Алгоритмизация и программирование. Возможности MS Word для подготовки текстовых документов. Создание электронных таблиц, диаграмм и вычисления в редакторе Microsoft Office Excel 2007. Основы теории реляционных баз данных и управление ими в СУБД Microsoft Office Access 2007. Подготовка и публикация электронной презентации в редакторе Microsoft Office PowerPoint 2007. Вычислительные сети и Интернет. Эффективная организация деловой переписки.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Микроэкономика»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: происходящие в обществе процессы,

Уметь: анализировать процессы и явления, происходящие в обществе,

Владеть: навыками и методами прогнозирования социально значимых процессов в обществе.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Микроэкономика как составная часть экономической теории изучает поведение и механизм принятия решений отдельными экономическими субъектами (индивидами, домашними хозяйствами, предприятиями, организациями, то есть микросистемами), стремящимися к достижению целей в условиях ограниченности ресурсов. Центром изучения микроэкономики является поведение потребителя и производителя и его оптимизация, рыночный спрос и предложение, цены товаров, распределение ресурсов по альтернативным направлениям их использования, равновесие рынка и т.п.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Макроэкономика»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: происходящие в обществе процессы,

Уметь: анализировать процессы и явления, происходящие в обществе,

Владеть: навыками и методами прогнозирования социально значимых процессов в обществе

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Определение предмета, целей и задач макроэкономики. Основные макроэкономические показатели. Экономическое равновесие и экономический рост. Денежно-кредитная политика. Экономические циклы. Экономическая динамика, занятость и безработица. Инфляция и способы её измерения. Государственный бюджет. Распределение доходов в рыночной экономике.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «**Безопасность жизнедеятельности**»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: способы и методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

Уметь: на практике применять основные способы и методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

Владеть (иметь практический опыт): основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Проблема защиты человека от различных опасностей в среде его обитания возникла практически одновременно с появлением на Земле людей. Человек всегда стремился к обеспечению личной безопасности и сохранению жизни и здоровья. Это стремление лежит в основе многих действий и поступков человека. Научной

дисциплиной, изучающей опасности и защиту от них человека, является дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» (БЖД). Это область социально-экологических знаний, формирующаяся на стыке ряда наук и дисциплин, изучающая условия функционирования и обеспечения гармонических отношений системы «природа - общество – человек». Современный человек живет в мире природных, техногенных, социальных и иных опасностей, постоянно угрожающих его здоровью и самой жизни, он должен знать, какие существуют опасности и как они воздействуют на организм человека и природную среду. Он должен иметь представление о том, как определяется соответствие параметров окружающей его среды нормативным требованиям безопасности, и уметь предупреждать и защищаться от различного вида неблагоприятного воздействия природного, техногенного или иного происхождения. Целью дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является выработка идеологии безопасности, формирование у студентов безопасного мышления и поведения. Его главная задача состоит в том, чтобы сформировать у студентов соответствующие компетенции; специальные знания, умения и навыки.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Маркетинг»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; теоретические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;

основные типы и структуры рынков; характеристики поведения потребителей экономических благ; основные методы маркетингового анализа: STEP-анализ, SWOT-анализ;

основные метрики риска (Valueatrisk, Shortfall); влияние факторов риска на финансовые результаты деятельности организации;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей;

анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на

организацию; анализировать особенности воздействия факторов внешней и внутренней среды при разработке и реализации приоритетных направлений развития отраслей и территорий;

использовать методы расчёта и анализа рисков, методы защиты от рисков;

выявлять новые рыночные возможности с учётом оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности;

Владеть: навыками применения методов стратегического анализа и моделей, позволяющих разработать стратегии развития организации;

методами анализа поведения потребителей и формирования спроса; навыками количественных и качественных оценок конкурентных позиций отраслей и территорий;

навыками оценки рисков принимаемых финансовых и инвестиционных решений; навыками построения карты рисков для различных финансовых решений.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Идеология маркетинга. Маркетинговая среда предприятия и её оценка. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование. Планирование элементов комплекса маркетинга. Товар и товарная политика в маркетинге. Цена и ценовая политика в маркетинге. Сбытовая политика в маркетинге. Коммуникационная политика в маркетинге. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Организация деятельности маркетинговой службы. Стратегическое и тактическое маркетинговое планирование. Маркетинг услуг.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Менеджмент»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы реализации основных управленческих функций; типы организационных структур управления, их основные параметры и принципы проектирования; основные теории мотивации; основные

понятия процессов групповой динамики, методологию и результаты основных исследований в области групповой динамики;

Уметь: давать оценку социальным и экономическим последствиям принимаемых управленческих решений; проектировать организационную структуру управления организации; использовать теории мотивации для организации групповой работы;

Владеть: методами реализации основных управленческих функций; навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций; навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

В процессе изучения дисциплины последовательно раскрывается содержание следующих аспектов управленческого знания: методологические основы менеджмента, история менеджмента как научного знания, организация как социально-экономическая система, система управления организации, организационные структуры управления, процесс управления, процессы групповой динамики, лидерство, стили руководства, механизм менеджмента, ресурсы, качество и эффективность управления, проблемы теории и практики управления.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика организации (предприятия)»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методические основы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью предприятий и организаций; теоретические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации,

Уметь: обосновывать принятие решений в управлении деятельностью организаций (предприятий), разрабатывать стратегии развития организации в результате применения методов стратегического анализа и моделей,

Владеть: навыками принятия решений по разным аспектам операционной (производственной) деятельности организаций (предприятий); навыками анализа условий ведения бизнеса, навыками оценки возможностей стратегического развития организации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Общая характеристика организации, сущность производственного предприятия как самостоятельно хозяйствующего субъекта. Механизм хозяйствования организации. Организационно-правовые формы предприятий. Понятие производства и производственная структура предприятия. Формирование и характеристика производственного процесса. Продукция организации, ее конкурентоспособность. Производственная программа и производственная мощность предприятия. Ресурсы организации. Основные фонды. Износ и амортизация основных фондов.оборотные средства. Трудовые ресурсы. Финансовые ресурсы. Структура себестоимости продукции, виды себестоимости. Оценка затрат деятельности организации. Прибыль и рентабельность. Цены и ценообразование. Налогообложение деятельности организации. Финансовые результаты и оценка эффективности деятельности организации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «**Экономика труда**»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: роль и место управления человеческими ресурсами в общеорганизационном управлении; основные теории мотивации и сущность аудита человеческих ресурсов;

Уметь: анализировать существующие подходы к управлению человеческими ресурсами; разрабатывать мероприятия по мотивации человеческих ресурсов организации для выполнения стратегических и оперативных задач организации;

Владеть: навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций; методами оперативного и стратегического планирования в сфере управления человеческими ресурсами; навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Организация труда: основные элементы системы организации труда. Использование инструментов и методов бережливого производства в совершенствовании организации труда. Проблемы организации труда на предприятиях РФ. Специальная оценка условий труда и ее роль в организации труда. Производительность труда: Сущность производительности труда. Показатели и методы измерения. Факторы роста производительности труда. Управление производительностью труда. Проекты и программы по повышению производительности труда, реализуемые в РФ. Трудовые ресурсы и трудовой потенциал: Трудовые ресурсы. Трудовой потенциал. Экономически активное и экономически неактивное население. Рабочая сила. Факторы формирования рабочей силы. Рынок труда. занятость и безработица. Планирование необходимой численности работающих по категориям. Организация оплаты труда: Сущность заработной платы. Функции заработной платы. Принципы организации оплаты труда. Формы и системы оплаты труда. Сдельная форма оплаты труда и ее разновидности. Повременная форма оплаты труда и ее разновидности труда. Формирование фонда оплаты труда. Организация оплаты труда работников социальной сферы, государственных и муниципальных служащих. Динамика среднемесячной заработной платы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Организация предпринимательской деятельности»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: сущность предпринимательской деятельности; основные нормативно-правовые документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур; технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации; основные бизнес-процессы и методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций,

Уметь: выявлять новые рыночные возможности с учётом оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций, предприятий; разрабатывать программы осуществления

организационных изменений и оценивать их эффективность; оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых плановых финансовых и инвестиционных решений,

Владеть (иметь практический опыт): методами принятия и оценки управленческих решений; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений; навыками моделирования и реорганизации бизнес-процессов деятельности организаций; навыками финансово-экономической оценки бизнес-проекта.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Общая характеристика предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности. Предпринимательская среда. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Культура и психология предпринимательства. Планирование и управление предпринимательской деятельностью. Предпринимательские договоры. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Экономические результаты и эффективность предпринимательской деятельности. Основы разработки проектной деятельности. Команда проекта. Управление разработкой проекта. Презентация проекта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг услуг»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; теоретические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, критерии принятия решений в условиях риска и в условиях неопределенности, методы стратегического анализа и условия их эффективного применения,

Уметь: применять понятийный аппарат стратегического менеджмента в профессиональной деятельности, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе

применения методов стратегического анализа и моделей, разрабатывать стратегии развития организации в результате применения методов стратегического анализа и моделей;

Владеть: методами стратегического анализа, методами формулирования и реализации стратегий, навыками применения методов стратегического анализа и моделей, позволяющих разработать стратегии развития организации, навыками анализа условий ведения бизнеса, навыками оценки возможностей стратегического развития организации

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Услуга в системе маркетинга. Факторы развития рынка услуг. Особенности Российского рынка услуг. Рынок услуг Кемеровской области. Тенденции развития рынка услуг города Кемерово. Система маркетинга услуг. Основные компоненты маркетинга услуг. Покупательское поведение и покупательские риски в индустрии сервиса Услуга как рыночный продукт. Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания. Ценообразование в сфере услуг. Формирование ценности услуг и особенности продаж в сервисной компании. Оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг. Процесс предоставления услуги. Маркетинговые технологии формирования стратегий. Многопрофильный стратегический анализ.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Корпоративная социальная ответственность»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные виды ответственности за разработку и принятие управленческих решений;

Уметь: обосновать необходимость реализации организационно-управленческих решений в области корпоративной социальной ответственности;

Владеть: навыками оценки реализации организационно-управленческих решений в области корпоративной социальной ответственности.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина раскрывает определения и сущность понятия «ответственность», субъект и объект ответственности, виды ответственности по различным критериям, источники ответственности, связанные с деятельностью предприятия и личностью человека; предлагает рассмотрение основных концепций социальной ответственности бизнеса, внутренних, внешних и комплексных источников ответственности в менеджменте; знакомит с направлениями, видами, принципами, инструментами реализации ответственности на предприятиях и в организациях; раскрывает необходимость и сложность оценки эффективности КСО, предлагает подходы к оценке эффективности внутренней и внешней социальной политики на основе динамического и оптимального подходов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Инновационный менеджмент»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: базовые понятия теории инноваций и управления инновациями; виды инноваций; методы внедрения инноваций; роли, функции и задачи инновационного менеджера в современной организации;

Уметь: идентифицировать реализуемые инновации и основные параметры инновационной деятельности организации; разрабатывать и реализовывать планы внедрения технологических и продуктовых инноваций; применять методологию стратегического менеджмента и планирования при разработке инновационной стратегии;

Владеть: навыками отражать информацию о результатах инновационной деятельности организации в формах федерального статистического наблюдения; методами реализации основных управленческих функций в сфере управления инновациями; навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы инноватики. Свойства (критерии) инноваций. Международные стандарты в статистике науки, техники и инноваций.

Понятие инновационного процесса, его компоненты и стадии. Методологические и методические основы инновационного менеджмента. Инновационные стратегии поведения организации. Управление инновационными процессами. Особенности координации и контроля инновационной деятельности. Мотивация и управление персоналом в инновационной деятельности. Трансфер технологий и защита интеллектуальной собственности. Организационные формы инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура. Регулирование инновационной деятельности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Стратегический менеджмент»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные подходы к разработке стратегии; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; методы стратегического анализа и условия их эффективного применения; структуру стратегии организации и внутреннюю логику ее построения;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей; определять стратегии развития организации в результате применения методов стратегического анализа и моделей; выявлять и анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организаций;

Владеть: навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций; методами стратегического анализа.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина «Стратегический менеджмент» формирует, конкретизирует и развивает полученную в бакалавриате систему управленческих знаний студентов, фокусируя внимание на топ-менеджменте организаций, особенностях систем стратегического менеджмента, процессах и методах стратегического анализа, функционирования и развития организаций. В процессе изучения дисциплины последовательно раскрывается содержание следующих

аспектов стратегического менеджмента: методологическая основа стратегического менеджмента; эволюция стратегического менеджмента; базовые принципы, процесс и условия применения стратегического планирования; классификация и условия выбора организационных стратегий; системы стратегического управления развитием организации; методы принятия решений на уровне корпорации и на бизнес-уровне.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Экономическая демография»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: происходящие в обществе процессы,

Уметь: анализировать процессы и явления, происходящие в обществе,

Владеть: навыками и методами прогнозирования социально значимых процессов в обществе.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Демографические понятия и категории. Основные направления социально-демографических исследований. Система источников данных о населении. Формирование и развитие статистического учета населения в мире и в России. Переписи населения. Текущий учет движения населения. Современные источники данных о населении. Воспроизводство и естественное движение населения. Рождаемость: основные концепции и детерминанты рождаемости. Смертность: основные концепции и детерминанты смертности. Особенности демографического анализа рождаемости и смертности. Факторы, влияющие на динамику рождаемости в России и зарубежных странах. Смертность в России и других странах мира. Брачность: типы брачности и формы брака. Взаимодействие процессов брачности и других демографических процессов. Европейская и российская модели брачности. Семейная структура населения. Семейная политика. Разводимость: показатели и факторы разводимости. Половозрастная структура населения. Особенности половой структуры населения в России и мире. Факторы изменения половой структуры. Возрастная структура населения в развитых, развивающихся странах мира и в России. Этнический и религиозный

состав населения мира и России. Демографические процессы и социально-экономическое развитие. Взаимозависимость демографического и экономического развития. Качество населения. Индексы человеческого развития и качества населения. Качественный потенциал населения России. Демографическая политика и демографическое прогнозирование. Становление и развитие демографической политики в России. Особенности демографической политики в разных странах мира. Методы перспективного исчисления населения. Прогнозы численности населения мира и России.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Деловые коммуникации»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: приёмы и методы проведения разного рода мероприятий делового общения; современные технологии управления персоналом, в том числе в межкультурной среде, основные теории и концепции взаимодействия людей в организации;

Уметь: осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести деловые переговоры, совещания, деловые беседы, осуществлять деловую переписку, поддерживать электронные коммуникации; разрешать конфликтные ситуации;

Владеть: методами и приёмами проведения публичных выступлений, бесед, переговоров, совещаний и собраний; навыками ведения деловой переписки и осуществления электронных коммуникаций; навыками применения различных способов управления и предотвращения конфликтов в деловой среде.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы деловых коммуникаций: массовые и направленные коммуникации, внутренние и внешние коммуникации предприятий и организаций. Этические аспекты деловых коммуникаций. Прикладные аспекты осуществления деловых коммуникаций: Формы деловых коммуникаций, приемы эффективного проведения деловой беседы, совещаний и собраний, публичного выступления, переговоров, презентаций. Стратегические и тактические приемы осуществления деловых коммуникаций. Основы делового протокола. Цифровой этикет. Формирование и управление общественным мнением (PR),

реклама как элементы массовых деловых коммуникаций. Социальная реклама и социальный PR. Практические рекомендации по осуществлению деловых коммуникаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Экономическая география»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: происходящие в обществе процессы,

Уметь: анализировать процессы и явления, происходящие в обществе,

Владеть: навыками и методами прогнозирования социально значимых процессов в обществе.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Экономическая география: понятие, цель, задачи, основные категории. Географические особенности России. Природные условия и ресурсы. Административно-территориальное деление России. География населения и трудовых ресурсов. Закономерности, принципы, факторы размещения производительных сил. Современное состояние народнохозяйственного комплекса России. Промышленность России. География отраслей топливно-энергетического комплекса. География и развитие металлургического комплекса страны. География машиностроительного комплекса. География лесного комплекса. География химического комплекса России. География агропромышленного комплекса. Характеристика и география транспортного комплекса. Экономико-географическая характеристика Федеральных округов. Экономико-географическая характеристика Кемеровской области. Экономика России в международном разделении труда. География внешнеэкономических связей.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Основы управления человеческими ресурсами»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные подходы к разработке стратегии управления человеческими ресурсами организации; роль и место управления

человеческими ресурсами в общеорганизационном управлении, основные теории мотивации и сущность аудита человеческих ресурсов, современные технологии управления персоналом;

Уметь: применять методологию стратегического менеджмента и планирования при разработке стратегии управления человеческими ресурсами организации; анализировать существующие подходы к управлению человеческими ресурсами; проводить аудит человеческих ресурсов; использовать современные технологии управления персоналом при проектировании межличностных, групповых коммуникаций;

Владеть: методами оперативного и стратегического планирования в сфере управления человеческими ресурсами; навыками применения различных технологий аудита человеческих ресурсов; современным инструментарием управления человеческими ресурсами.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Формирование базовых знаний по управлению человеческими ресурсами. Измерение и качество человеческих ресурсов: теории управления персоналом и человеческими ресурсами. Стратегии и планирование человеческих ресурсов. Функции и процессы управления человеческими ресурсами. Организационные структуры, организационные культуры, системы мотивации, развития и оценки в управлении человеческими ресурсами. Технологии и эффективность управления человеческими ресурсами. Эффективность реализации функций и методов управления человеческими ресурсами. Процессы формирования эффективных команд и методы управления конфликтами в организациях. Компетенции управления человеческими ресурсами. Компетенции стратегического управления человеческими ресурсами. Компетенции маркетинга и подбора человеческих ресурсов. Компетенции развития и обучения человеческих ресурсов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «**Финансовый менеджмент**»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: фундаментальные концепции финансового менеджмента; принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных

проектов; источники финансирования, модели оценки стоимости различных источников и средневзвешенной стоимости капитала. WACC.

Уметь: оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний; обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;

Владеть: навыками анализа информации, содержащейся в отчётах предприятий для принятия управленческих решений по поставленным экономическим задачам.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Сущность и место финансов организации в финансовой системе страны. Финансовый механизм организации. Понятие финансовых активов и финансовых обязательств. Подходы к оценке финансовых активов. Методы оценки долговых и долевого ценных бумаг. Основные показатели, используемые в анализе финансового состояния. Бюджетирование как технология управления финансами организации. Понятие доходов и расходов организации. Методы и инструменты, используемые в управлении прибылью предприятия. Точка безубыточности и запас финансовой прочности. Управленческие возможности моделей анализа безубыточности. Способы финансирования деятельности. Основные способы формирования и наращивания источников финансирования. Логика взаимосвязи прибыли, как внутреннего источника финансирования, и дивидендов. Дивидендная политика, ее влияние на принятие решений по финансированию компании. Стоимость источника финансирования.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы физического воспитания и укрепления здоровья,

Уметь: поддерживать уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,

Владеть: средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина предусматривает теоретическое рассмотрение и практическую реализацию следующих вопросов: роль физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов, ее социально-биологические основы; законодательство РФ о физической культуре и спорте; физическая культура личности; основы здорового образа жизни студента; особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности; общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания; спорт; индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов; основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теоретические основы современных технологий»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методические основы принятия решений в управлении операционной, производственной деятельностью предприятий и организаций, возможности для обучения и развития;

Уметь: применять основные методы принятия решений в управлении производственной деятельностью, обосновывать принятие решений в управлении деятельностью предприятий (организаций), осуществлять практическую и/или познавательную деятельность по собственной инициативе;

Владеть: навыками принятия решений по разным аспектам операционной (производственной) деятельности предприятий и организаций, навыками самоорганизации, планирования и осуществления собственной деятельности и самостоятельному получению знаний, в том числе и профессиональных.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основные понятия и определения Основные технико-экономические показатели курса. Сырье, вода, энергия в промышленности. НТП: сущность, значение, основные направления развития. Современные исследования НТП. Экономические и социальные последствия. Технологические основы производства в горнодобывающей промышленности. Технологические основы производства в металлургической промышленности. Технологические основы производства в машиностроении. Технологические основы производства в пищевой промышленности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Документирование управленческой деятельности»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: правила ведения документооборота и оформления документов в сфере профессиональной деятельности; технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации,

Уметь: оформлять документы, связанные с управленческой деятельностью организации, в том числе в различных отраслях;

Владеть: навыками документирования разного рода управленческой информации;

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

История делопроизводства в России. Документ и системы документации. Управленческая документация. Составление и оформление основных документов. Современные способы и техника создания документов. Деловые и коммерческие письма. Прочая корреспонденция. Организация работы с документами, содержащими конфиденциальные сведения. Организация документооборота.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Предпринимательское право»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные нормативные документы, регулирующие деятельность предприятия в вопросах выбора его организационно-

правовых форм, нормирования и оплаты труда, разработке бизнес-планов предприятия, ценовой политики предприятия;

роль и место планирования в системе управления предприятием; сущность основных компонентов стратегического, тактического и оперативного планирования; методы, лежащие в основе подготовки того или иного управленческого решения; особенности применения различных средств и методов обоснования управленческих решений в планировании;

основные нормативно-правовые документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур; технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации;

Уметь: применять законы, указы, нормативные документы в различных ситуациях для принятия соответствующих решений;

проводить оценочные исследования различного характера рыночных возможностей предприятия; составлять и реализовывать бизнес-планы; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента;

ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности; вести деловую переписку;

Владеть: навыками извлечения необходимой информации для характеристики объекта изучения;

методами принятия и оценки управленческих решений; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур; навыками документационного и организационного сопровождения стратегического управления персоналом и работы структурных подразделений.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Правовое регулирование экономических отношений. Правовое положение субъектов предпринимательской (хозяйственной) деятельности. Правовое регулирование договорных отношений в сфере хозяйственной деятельности. Экономические споры. Правовое регулирование трудовых отношений. Трудовое право как отрасль права. Правовое регулирование занятости и трудоустройства. Правовой статус безработного. Трудовой договор. Рабочее время и время отдыха. Заработная плата. Трудовая дисциплина. Материальная ответственность сторон трудового договора. Трудовые споры. Административные правонарушения и административная ответственность. ФЗ «О защите прав потребителей». ФЗ «О рекламе». ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности РФ».

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Бизнес-планирование»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: сущность основных компонентов стратегического, тактического и оперативного планирования; методы, лежащие в основе подготовки того или иного управленческого решения; особенности применения различных средств и методов обоснования управленческих решений в планировании; систему внутрихозяйственных планов и механизм их взаимодействия в новых рыночных отношениях; системы (виды) планирования; важнейшие плановые показатели и способы их расчёта; технологию планирования производственной программы предприятия;

Уметь: проводить оценочные исследования различного характера рыночных возможностей предприятия; составлять и реализовывать бизнес-планы; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента; разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность; оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых плановых финансовых и инвестиционных решений; применять модели управления запасами; определять потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источниках их получения, рассчитывать эффективность

использования ресурсов в процессе работы фирмы; оценивать эффективность использования различных систем учёта и распределения; производить анализ выполнения операционного (производственного) плана предприятия; составлять и оценивать план производственного процесса и производственной программы предприятия.

Владеть: методами принятия и оценки управленческих решений; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; навыками финансово-экономической оценки бизнес-проекта, оценки эффективности бизнес-проекта и риска, оценки конкурентоспособности предприятия в целом, продукта, отдельного бизнеса и т.п.; методикой планирования производственной программы предприятия; навыками расчёта производственной мощности, как всего предприятия, так и отдельных его элементов; навыками оценки эффективности производственной программы предприятия.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Роль и место планирования в системе управления предприятием. Процесс и этапы составления бизнес-плана создания и развития новых организаций. Формирование бизнес-плана компании как результат процесса детального обоснования предпринимательской идеи. Подготовка управленческих решений о стратегических и тактических действиях по реализации целей и задач, определенных в бизнес-плане. Методика составления бизнес-плана производственной программы предприятия. Сущность, структура и содержание бизнес-плана. Основные бизнес-процессы в организации. Принципы и методы планирования производственной деятельности организаций. Инвестиционное и инновационное развитие предприятия. Материально-техническое обеспечение. Планирование резервов роста производительности труда, численности персонала и заработной платы при известном заказе. Снижение себестоимости и увеличение прибыли и финансового результата.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Инвестиционный анализ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций, модели оценки капитальных (финансовых) активов при принятии инвестиционных решений;

Уметь: оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;

Владеть: методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков и институтов.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основные понятия и функций инвестиционного анализа. Понятие денежного потока проекта: его основные составляющие. Понятие и сущность инвестиционного проекта. Классификация инвестиционных проектов. Техничко-экономическое обоснование и бизнес план инвестиционного проекта, цели, задачи, порядок разработки. Статические и динамические методы оценки инвестиций. Метод простого срока окупаемости. Оценка инвестиций по норме прибыли на капитал. Преимущества и недостатки статических методов. Динамические методы оценки инвестиций. Метод чистого дисконтированного дохода. Метод внутренней нормы доходности. Метод дисконтированного срока окупаемости. Метод индекса рентабельности. Метод индекса чистого дохода. Метод аннуитетов. Проблема обоснования нормы дисконта проекта. Понятие стоимости капитала. Учет инфляции при обосновании денежных потоков проекта. Экономическая природа рисков, их влияние на показатели эффективности долгосрочного инвестирования. Классификация рисков. Концепция инвестиционного проектирования в условиях неопределенности и риска. Источники финансирования: акционерный капитал, заемное финансирование, лизинг.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Тайм-менеджмент»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: возможности для обучения и развития;

Уметь: оформлять документы, связанные с управленческой деятельностью организации, в том числе в различных отраслях;

Владеть: навыками самоорганизации, планирования и осуществления собственной деятельности и самостоятельному получению знаний, в том числе и профессиональных.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина раскрывает место тайм-менеджмента в структуре менеджмента; основные понятия тайм-менеджмента; цели и задачи управления временем; принципы и проблемы распределения и использования рабочего времени; причины нерационального использования рабочего времени; подходы к планированию времени; приемы планирования времени; преимущества и недостатки различных инструментов планирования и учета времени; методы тренировки памяти, внимания, быстрого чтения, контроля времени; приемы учета времени; приемы эффективного усвоения визуальной и слуховой информации, эффективного взаимодействия с посетителями; техники ведения переговоров и других коммуникаций; основы управления стрессом; методы определения приоритетности целей и задач деятельности и перераспределения полномочий, определения контрольных точек; барьеры делегирования полномочий и методы их устранения; методы организации рабочего дня; устранения причин нерационального использования времени; способы противодействия информационному прессингу; основы организации рабочего места и инструктирования персонала по управлению временем; правила учета личностных особенностей при планировании времени; правила планирования времени на разных этапах рабочего дня; правила эффективного использования времени; основы компьютерного тайм-менеджмента.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Разработка управленческих решений»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы разработки организационно-управленческих решений в сфере профессиональной деятельности; методические основы принятия решений в управлении операционной, производственной деятельностью предприятий и организаций; факторы, влияющие на принятие управленческих решений;

организационные аспекты процесса разработки и принятия управленческих решений;

Уметь: проектировать процесс принятия решений и контролировать выполнение решения; применять основные методы принятия решений в управлении производственной деятельностью; обосновывать принятие решений в управлении деятельностью предприятий (организаций);

Владеть: методами реализации основных управленческих функций и оценки последствий принятия решений; навыками принятия решений по разным аспектам операционной (производственной) деятельности предприятий и организаций.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы разработки управленческих решений: Теоретические основы разработки УР. Организационные аспекты процесса разработки УР. Социально-психологические аспекты разработки УР. Реализация и контроль выполнения УР. Технология разработки управленческих решений: Процесс разработки УР. Методы разработки УР в зависимости от этапов. Моделирование процесса разработки УР. Разработка решений в условиях риска. Особенности принятия УР в различных областях экономики.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление качеством»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: факторы, влияющие на принятие управленческих решений; организационные аспекты процесса разработки и принятия управленческих решений; основные бизнес-процессы и методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

Уметь: принимать управленческие решения в условиях различных мнений и организовывать работу коллектива исполнителей для достижения целей организации; выявлять недостатки производственных процессов, влияющие на их эффективность;

Владеть: навыками разработки управленческих решений в зависимости от стратегии организации; навыками моделирования

бизнес-процессов организации; навыками разработки предложений по совершенствованию организации и управления производственными процессами и системами.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Качество как объект управления. Тотальный менеджмент качества как философия управления (TQM). Базовые концепции менеджмента качества, принципы, основные положения теорий качества. Качество и конкурентоспособность. Методы оценки уровня качества. Системы менеджмента качества. Инструменты и технологии управления качеством. Основы бережливого производства в различных сферах. Экономические аспекты управления качеством. Бенчмаркинг в управлении качеством.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Теория организации»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: типы организационных структур управления, их основные параметры и принципы проектирования; основные понятия процесса групповой динамики, методологию и результаты основных исследований в области групповой динамики; основы формирования организационной культуры; основы управления проектом;

Уметь: проектировать организационную структуру управления организации; использовать теории мотивации для организации групповой работы; разрабатывать и реализовывать программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений;

Владеть: навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций; навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы; навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина «Теория организации» структурирует теоретические основы законов, принципов и закономерностей построения и функционирования организации как системы, в том числе экономических, методологических принципов ее анализа, а также формирует навыки применения изученных закономерностей для проектирования и построения оптимальных структур организаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Организационное поведение»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные подходы к разработке стратегии управления человеческими ресурсами организации; основные теории мотивации и сущность аудита человеческих ресурсов; основные понятия процесса групповой динамики, методологию и результаты основных исследований в области групповой динамики; основы формирования организационной культуры;

Уметь: анализировать существующие подходы к управлению человеческими ресурсами; разрабатывать мероприятия по мотивации человеческих ресурсов организации для выполнения стратегических и оперативных задач организации; проводить аудит человеческих ресурсов; использовать теории мотивации для организации групповой работы;

Владеть: методами оперативного и стратегического планирования в сфере управления человеческими ресурсами; навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы; навыками применения различных технологий аудита человеческих ресурсов.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы организационного поведения. Организационное поведение как система взаимодействия в организации. Основные элементы организационного поведения. Предмет организационного поведения. Объект организационного поведения. Цели организационного поведения. Роль руководителя в системе организационного поведения. Основополагающие теоретические подходы к управлению поведением людей в организации.

Поддерживающий (ориентации на человеческие ресурсы) подход. Системный подход. Ситуационный подход. Управление по результатам. Зарубежные и отечественные теории поведения человека в социальном окружении.

Индивидуальное поведение человека в организации. Система организационного поведения и ее структура. Понятие «поведения человека» и его составляющие. Природа поведения: сознание, способности, нормы поведения, потребности. Природа человека (личности) и ее социально – психологическая структура (направленность, темперамент, способности, характер). Природа организации: цели, структура, внутренняя и внешняя среда, ресурсы, организационная культура. Жизненный цикл организации. Система организационного поведения.

Личность и ее социальная роль в организации. Понятие личности. Установки личности их роль в управлении поведением человека в организации. Способы изменения установок личности. Уровень притязаний личности. Восприятие, природа восприятия. Особенности человеческого восприятия. Сущность и содержание мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Персональное развитие в организации.

Групповое поведение в организации. Формирование группового поведения в организации. Лидерство в организации.

Организационное поведение и развитие организации. Управление поведением организации. Управление нововведениями в организации. Конфликты и управление поведением в организации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Логистика»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методические основы принятия решений в управлении операционной, производственной деятельностью предприятий и организаций; методические основы принятия решений в управлении операционной, производственной деятельностью предприятий и организаций;

основы разработки моделей (экономических, финансовых, организационно-управленческих), необходимых для принятия

управленческих решений; методические основы адаптации моделей к конкретным задачам управления;

Уметь: применять основные методы принятия решений в управлении производственной деятельностью;

строить и интерпретировать полученные экономические модели;

Владеть: навыками принятия решений по разным аспектам операционной (производственной) деятельности предприятий и организаций;

навыками построения моделей, необходимых для принятия управленческих решений.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Подходы к определению логистики и управления цепями поставок. Учет издержек в логистике. Закупочная логистика. Производственная логистика. Логистика распределения и сбыта. Транспортная логистика. Информационная логистика. Логистика материальных запасов. Организация складских процессов с элементами логистики.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Проектное управление»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: типы организационных структур управления, их основные параметры и принципы проектирования; основы управления проектом;

Уметь: проектировать организационную структуру управления организации; разрабатывать и реализовывать программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений;

Владеть: навыками стратегического мышления при рассмотрении и анализе проблем развития организаций; навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы управления проектами: Сущность понятия проект. Классификация проектов. Международные и национальные стандарты управления проектами. Жизненный цикл проекта. Фазы проекта. Группы процессов в управлении проектами. Участники проекта. Окружение проекта. Команда проекта. Функциональные области управления проектами: Управление содержанием проекта. Управление интеграцией проекта. Управление временем проекта. Управление стоимостью проекта. Управление качеством проекта. Управление материальными ресурсами проекта. Управление персоналом проекта. Управление рисками проекта. Управление заинтересованными сторонами. Управление информацией и коммуникациями. Завершение проекта. Программное обеспечение для организации управления проектами. Сетевое планирование. Построение сетевого графа. Построение критического пути. Организация проектного офиса. Разработка устава проекта. Презентация проекта. Применение управления проектами в РФ: Применение проектной деятельности в практике государственного и муниципального управления. Реализация национальных проектов. Реализация федеральных проектов. Реализация региональных проектов. Проблемы внедрения проектной деятельности в деятельность организаций. Развитие управления проектами

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Математическая обработка управленческой информации»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы различных видов статистического анализа и возможности их использования в профессиональной деятельности; современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации; основы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; технологию обработки управленческой информации; методы сбора, обработки и анализа качественной и количественной информации в сфере профессиональной деятельности;

Уметь: использовать различные методы статистического анализа при решении профессиональных задач, собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; обеспечивать информационную безопасность организации; адаптировать экономические, финансовые и

организационно-управленческие модели к конкретным задачам управления предприятием (организацией) на основе проведения количественного и качественного анализа информации;

Владеть: навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками анализа и отбора источников информации; навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений и преодоления локального сопротивления изменениям.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина раскрывает технологию статистической обработки управленческой информации, рассматривает основные направления первичной и вторичной обработки информации. В ходе изучения дисциплины студенты овладевают навыками построения частотных распределений признаков, таблиц сопряженности, графиков разного вида и сложности. Для анализа данных студенты используют статистические показатели средних величин, мер вариации и других. В ходе изучения дисциплины студенты знакомятся с одним из программных продуктов, предназначенных для количественной обработки информации, выполняют индивидуальный проект по сбору, обработке и анализу социально-экономической информации. Дисциплина направлена на формирование навыков использования корреляционного, факторного, кластерного и регрессионного анализа. Студенты овладевают навыками обработки массивов данных любого размера, в котором имеются как качественные, так и количественные признаки.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Управление территорией»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методики оценки отраслевых и территориальных конкурентных позиций;

Уметь: анализировать особенности воздействия факторов внешней и внутренней среды при разработке и реализации приоритетных направлений развития отраслей и территорий;

Владеть: навыками количественных и качественных оценок конкурентных позиций отраслей и территорий.

Объём дисциплины в зачётных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Современные тенденции развития маркетинга. Эволюция предмета познания маркетинговой науки. Сущность диверсификации маркетинга. Тенденции углубления маркетинга. Расширение сферы применения маркетинга. Развертывание маркетинга по уровням управления. Общее понятие о региональном маркетинге. «Крест» маркетинга. Конкурентные позиции регионов Классификация регионов как объектов управления и реформирования. Показатели оценки конкурентных позиций территорий: географическое положение; транспортная освоенность территории региона; природно-ресурсный потенциал; промышленный потенциал; финансовые ресурсы; налоговая система; рыночная инфраструктура; экологическая среда; внешнеэкономический потенциал; структура экономики. Концепция маркетинга территорий. Основные отличия маркетинга территорий от маркетинга на микроуровне. Этапы становления и развития маркетинга территорий. Принципы маркетинга территорий. Модель функционирования маркетинга территорий. Методология проектирования маркетинга территорий. Глобальная цель маркетинга территорий. Дерево целей. Дерево функций. Маркетинг территорий как необходимое условие реформирования экономики региона. Сущность новых подходов к планированию и прогнозированию регионального развития. Управление конкурентными позициями территории (на примере г. Кемерово). Диагностика современного состояния города Кемерово. Сценарии преодоления кризиса. Ключевые проблемы, не решаемые прежней моделью управления. Порядок формирования генеральной идеи (миссии города). Контуры новой рыночно-ориентированной модели управления. Оценка конкурентных позиций города. Внедрение муниципального маркетинг-микса.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Информационные технологии в маркетинге»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации;

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; обеспечивать информационную безопасность организации;

Владеть: навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками анализа и отбора источников информации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие и роль информационных технологий в маркетинге. Маркетинговые информационные системы. Интернет в маркетинге. Примеры современных информационных технологий в маркетинге. Счётчики как инструменты статистики.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Безопасность информационных систем»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации;

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; обеспечивать информационную безопасность организации;

Владеть: навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками анализа и отбора источников информации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Теоретические аспекты информационной безопасности систем. Понятие информационных угроз и их виды. Информационные угрозы. Вредоносные программы. Компьютерные преступления и наказания.

Принципы построения системы информационной безопасности. Государственное регулирование информационной безопасности. Подходы, принципы, методы и средства обеспечения безопасности. Организационно-техническое обеспечение компьютерной безопасности. Защита от компьютерных вирусов. Электронная цифровая подпись и особенности её применения. Защита информации в Интернете. Организация системы защиты информации экономических систем. Этапы построения системы защиты информации. Политика безопасности. Оценка эффективности инвестиций в информационную безопасность. Информационная безопасность отдельных экономических систем.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Интернет-маркетинг»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации;

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; обеспечивать информационную безопасность организации;

Владеть: навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками анализа и отбора источников информации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний. Способы и формы осуществления торговой деятельности в Интернете. Интернет как торговая среда электронного рынка. Виды и структура веб-сайтов. Организация интернет-маркетинга. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет. Ценовые стратегии интернет-маркетинга. Проведение маркетинговых исследований в Интернете. Организация маркетинговых исследований. Исследование

рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга. Маркетинговые коммуникации и методы продвижения в Интернете. Поисковый маркетинг SEM для привлечения целевых посетителей. Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Интернет-торговля»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: современные методы и информационные технологии, способствующие сбору, обработке, сохранению, передаче и защите информации;

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями; обеспечивать информационную безопасность организации;

Владеть: навыками количественного анализа информации для решения профессиональных задач с использованием специализированного программного обеспечения; навыками анализа и отбора источников информации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Теоретические основы Интернет-торговли. Сущность, особенности и роль Интернет-торговли в современной экономике. Основы и принципы государственного регулирования Интернет-торговли. Структура, современное состояние и развитие Интернет-торговли в мире. Состояние и перспективы развития Интернет-торговли в России. Анализ развития торговли с использованием сети Интернет в России. Оценка состояния и перспективы развития Интернет-торговли в России. Корпоративная социальная ответственность.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Реклама»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы маркетинга и брендинга, современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа с учётом специфики рынка, факторы, влияющие на процесс формирования успешной деловой репутации на рынке,

Уметь: формировать желаемый образ организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, реализовывать мероприятия по защите репутации организации/торговой марки и улучшению её характеристик для внутренних и внешних аудиторий;

Владеть: навыками реализации программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, навыками распространения коммерчески важной информации о товаре и (или) организации с целью создания благоприятного общественного мнения.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Реклама: сущность, основные понятия, виды. Место рекламы в маркетинговой деятельности компании. История рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности. Виды рекламных носителей. Жанровые разновидности рекламы. Концептуальные основы психологического воздействия рекламы на потребителя. Подготовка и проведение рекламной кампании. Этапы разработки рекламы. Рекламные идентификаторы. Основные элементы рекламного сообщения. Общетеоретические проблемы психологии рекламы. Воздействие рекламы на потребителей. Основы формирования рекламного образа. Дизайн рекламы и роль современных ПО в разработке рекламных продуктов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«PR (связи с общественностью)»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы маркетинга и брендинга, современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа с учётом специфики рынка, факторы, влияющие на процесс формирования успешной деловой репутации на рынке,

Уметь: формировать желаемый образ организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, реализовывать мероприятия по защите репутации организации/торговой марки и улучшению её характеристик для внутренних и внешних аудиторий;

Владеть: навыками реализации программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, навыками распространения коммерчески важной информации о товаре и (или) организации с целью создания благоприятного общественного мнения.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Содержание и сущность Public Relations, задачи Public Relations. Комплекс маркетинга и Public Relations. Public Relations как инструмент системы ИМК. Концептуальная модель Public Relations. Формула AIDA. Основные инструменты Public Relations. Золотая формула Ф. Котлера. Виды общественности. Открытая общественность. Закрытая общественность. Принципы определения собственной целевой аудитории. Факторы, формирующие общественное мнение. Функции общественного мнения. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности. Психология массовых коммуникаций. Информация в системе PR. PR-технологии. Комплексные направления PR-деятельности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Управление маркетингом»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные понятия и определения управления маркетингом; структуру маркетинговой деятельности и роль маркетинга на предприятии; факторы окружающей среды маркетинга и их влияние на управление маркетинговой деятельностью компании;

Уметь: разбираться в особенностях российской практики управления маркетингом; управлять маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях; организовывать службу маркетинга на предприятии; оптимизировать управление комплексом маркетинга;

Владеть (иметь практический опыт): навыками организации службы маркетинга на предприятии; навыками составления плана маркетинга; навыками управления на инструментальном уровне.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Операционный маркетинг»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы разработки организационно-управленческих решений в сфере профессиональной деятельности, методы реализации основных управленческих функций;

методические основы принятия решений в управлении операционной, производственной деятельностью предприятий и организаций;

Уметь: проектировать процесс принятия решений и контролировать выполнение решения, давать оценку социальным и экономическим последствиям принимаемых управленческих решений;

применять основные методы принятия решений в управлении производственной деятельностью, обосновывать принятие решений в управлении деятельностью предприятий (организаций);

Владеть: методами реализации основных управленческих функций и оценки последствий принятия решений;

навыками принятия решений по разным аспектам операционной (производственной) деятельности предприятий и организаций.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Операционный маркетинг: сущность, основные понятия и определения. Цели и задачи операционного маркетинга. Инструменты операционного маркетинга: набор тактических средств, относящихся к товару, его цене, доведению товара до потребителя и его продвижению. План операционного маркетинга: формулирование цели, описание текущей позиции, тактики и бюджетов для каждой из имеющейся у компании торговых марок в каждом из сегментов (отраслевом, географическом). Операционный маркетинг-менеджмент.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое ценообразование»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: теоретические основы маркетингового ценообразования; стратегии и тактики маркетингового ценообразования; методы маркетингового ценообразования; специфические характеристики маркетингового ценообразования;

Уметь: выделять основные ценообразующие факторы; применять известные методы маркетингового ценообразования; обосновывать целесообразность применения различных стратегий и тактических приемов маркетингового ценообразования;

Владеть: новейшими приемами маркетингового ценообразования с учетом фактора времени при формировании товарных линий и наборов товаров.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины

Теоретические основы цены. Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Ценовые стратегии. Тактические приемы в ценообразовании. Методы ценообразования. Методы,

ориентированные на затраты. Методы, ориентированные на спрос. Методы, ориентированные на конкурентов. Анализ цен. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации. Методология анализа поведения цен. Анализ динамики цен. Моделирование зависимости цен от социально-экономических факторов. Анализ состояния и взаимодействия цен. Анализ поведения цен. Методы прогнозирования коммерческих цен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Ценообразование в сфере государственных закупок»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы маркетинга; основы законодательного регулирования разработки и продвижения товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования товаров;

Уметь: рассчитывать и корректировать предполагаемые объемы сбыта и ценовых показателей товаров; ориентироваться в подготовке продукта для поставки и продвижения на российский и международный рынки товаров с учётом национальных и международных законодательных и регулирующих норм, а также с учётом специфики целевых региональных рынков;

Владеть: навыками осуществления ценового аудита и мониторинга

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Теоретические основы ценообразования. Роль цены в условиях рынка, функции цены. Методология ценообразования. Виды и классификация цен. Методы ценообразования. Формирование цен с учетом жизненного цикла товара. Стратегии ценообразования. Ценообразование в отдельных отраслях. Специфические характеристики ценообразования на различных отраслевых рынках. Основные положения закупок. Общие принципы государственных закупок. Опыт организации государственных закупок зарубежных стран, международных организаций (Европейского союза, ООН, ВТО), международных финансовых институтов. Нормативно-правовая база закупок для государственных и муниципальных нужд. Критерии эффективности закона о государственных закупках ЕБРР и ЮНСИТРАЛ.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Международный маркетинг»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные типы и структуры рынков; основные методы маркетингового анализа: STEP-анализ, SWOT-анализ;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать особенности воздействия факторов внешней и внутренней среды при разработке и реализации приоритетных направлений развития отраслей и территорий;

Владеть: методами анализа поведения потребителей и формирования спроса; навыками количественных и качественных оценок конкурентных позиций отраслей и территорий методами анализа поведения потребителей и формирования спроса; навыками количественных и качественных оценок конкурентных позиций отраслей и территорий.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Концепция международного маркетинга. Международная маркетинговая среда. Исследование и выбор международных рынков. Выбор способов взаимодействия с зарубежными партнёрами. Комплекс международного маркетинг-микс. Товарная политика в международном маркетинге. Ценовая политика в международном маркетинге. Сбытовая политика в международном маркетинге. Политика продвижения в международном маркетинге. Управление международной маркетинговой деятельностью.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Внеэкономическая деятельность»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: теоретические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, основные типы и структуры рынков, характеристики поведения потребителей экономических благ;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их

влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей, оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций;

Владеть: навыками анализа условий ведения бизнеса, методами анализа поведения потребителей и формирования спроса.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основы внешнеэкономической деятельности: особенности современного мирового рынка, сущность, виды и факторы развития внешнеэкономической деятельности, внешнеэкономический комплекс России и формы его функционирования, государственное регулирование и управление внешнеэкономической деятельностью, основы таможенного регулирования в России, виды международных коммерческих операций, организация международных перевозок. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия: Технологический процесс выхода на внешний рынок, изучение внутренней и внешней среды предприятия, планирование, организация и оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия, организация работы по изучению иностранного партнера, понятие и особенности мировых цен, виды и условия внешнеторговых контрактов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Маркетинговые исследования»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: принципы и методы проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа;

Уметь: определять тип требуемой маркетинговой информации о рынке, выбирать методы проведения онлайн- и офлайн-маркетинговых исследований рынка, собирать, систематизировать и анализировать маркетинговую информацию по отрасли, по объёму, рынкам, брендам, долям рынка основных конкурентов, товарам;

Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований с целью выявления ключевых потребностей общества, навыками анализа и оценки проведённых маркетинговых исследований, оценки полученной информации и выявления системы взаимосвязей между различными факторами.

Объём дисциплины в зачётных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Объекты, предметы и основные направления исследований в маркетинге. Методологические и методические основы исследования маркетинга. Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований. Определение проблемы. Метод логико-смыслового моделирования проблем. Формулирование целей маркетинговых исследований. Выбор методов проведения маркетинговых исследований (разведочные, описательные и казуальные исследования). Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Определение вида информации и источников ее получения. Общая характеристика методов сбора данных. Наблюдение. Метод фокус-группы. Метод опроса. Панельный метод обследования. Методы получения данных от респондентов. Выбор конкретных методов опроса. Постановка проблемы и определение целей. Формирование рабочей гипотезы. Определение системы показателей. Получение и анализ данных. Формулирование основных выводов. Основные понятия. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки. Организация и проведение сбора данных. Ошибки сбора данных. Контроль качества собираемых данных. Преобразование данных. Виды статистического анализа (дескриптивный анализ, статистический вывод, анализ различий, определение и интерпретация связей между переменными). Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях. Прогнозирование, основанное на методах математической статистики. Метод экспоненциального сглаживания. Модифицированный метод парной регрессии. Динамическая модель множественной регрессии. Метод ведущих индикаторов. Использование кривых жизненного цикла. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании. Пример проведения маркетингового исследования.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговый анализ рынка»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: принципы и методы проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа;

Уметь: определять тип требуемой маркетинговой информации о рынке, выбирать методы проведения онлайн- и офлайн-маркетинговых исследований рынка, собирать, систематизировать и анализировать маркетинговую информацию по отрасли, по объёму, рынкам, брендам, долям рынка основных конкурентов, товарам;

Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований с целью выявления ключевых потребностей общества, навыками анализа и оценки проведённых маркетинговых исследований, оценки полученной информации и выявления системы взаимосвязей между различными факторами.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Основные понятия маркетингового анализа. Целевая ориентация маркетинга. Управление маркетингом и комплекс маркетинга. Анализ потребностей и мотивации покупателей. Определение покупательских предпочтений товаров, намерений совершить покупку. Анализ поведения до, во время и после покупки. Сегментация покупателей. Анализ основных факторов, определяющих интенсивность конкуренции на рынке. Оценка общего характера конкурентной среды и интенсивности конкуренции. Прогнозирование тенденций изменения конкурентной среды и отдельных ее факторов. Общая характеристика товарной политики предприятия. Расчет показателей конкурентоспособности товаров. Оценка товаров по показателям «цена-качество», «важность» и «исполнение». Цели и критерии анализа ассортимента. Анализ маркетинговых показателей ассортимента. Анализ структуры ассортимента. Анализ стабильности продаж. Анализ прибыльности товаров в ассортименте. Анализ факторов влияющих на ценообразование. Общая характеристика ценовой политики. Анализ конкурентоспособности цены. Задачи анализа сбыта. Общая характеристика сбытовой политики. Анализ работы с посредниками. Общая характеристика маркетинговых коммуникаций предприятия. Оценка эффективности влияния на целевую аудиторию. Оценка экономической эффективности. Выявление недостатков и пути улучшения маркетинговых коммуникаций и эффективности их действия. Выполнение функций маркетинга на предприятии. Роль и влияние маркетинга на предприятии. Финансирование маркетинга.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговые коммуникации»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные типы и структуры рынков; характеристики поведения потребителей экономических благ, основные методы маркетингового анализа: STEP-анализ, SWOT-анализ;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;

Владеть: методами анализа поведения потребителей и формирования спроса.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие маркетинговых коммуникаций. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная модель маркетинга. Интегрированные и системные маркетинговые коммуникации. Особенности использования инструментария маркетинговых коммуникаций. Понятие, цели, задачи, функции и виды рекламы. Основные средства рекламы: их виды, преимущества и недостатки. Понятие, основные направления, задачи, функции публичных рилейшнз. Формы деловых коммуникаций в PR. Понятие, основные характеристики и средства стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Классификация видов стимулирования. Ценовое стимулирование потребителей. Стимулирование в натуральной форме. Активное предложение. Понятие и процесс личных продаж. Модель продаж. Технологии конструирования вопросов. Презентация. Понятие и формы прямого маркетинга. Цели, задачи, преимущества прямого маркетинга. Телемаркетинг, маркетинг методом "директ-мейл", маркетинг по каталогам, телевизионный маркетинг, прямой маркетинг посредством сети Интернет. Выставочно-ярмарочная деятельность. Брендинг. Спонсорство. Креативные средства и инструменты маркетинговых коммуникаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Имиджелогия»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: приёмы и методы проведения разного рода мероприятий делового общения – выставок, переговоров, совещаний, приёмы деловой переписки и электронных коммуникаций;

источники, методы и системы сбора необходимой информации для расширения внешних и внутренних связей на предприятии и в организации, а также информации, предназначенной для обмена опытом;

основы маркетинга; основные этапы разработки и модели вывода и продвижения товаров на рынок;

Уметь: осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести деловые переговоры, совещания, деловые беседы, осуществлять деловую переписку, поддерживать электронные коммуникации;

организовывать и поддерживать связи с деловыми партнёрами, осуществлять реализацию проектов, направленных на развитие предприятия и организации в части деловых коммуникаций;

ориентироваться в подготовке продукта для поставки и продвижения на российский и международный рынки товаров с учётом национальных и международных законодательных и регулирующих норм, а также с учётом специфики целевых региональных рынков;

Владеть: методами и приёмами проведения публичных выступлений, бесед, переговоров, совещаний и собраний; навыками ведения деловой переписки и осуществления электронных коммуникаций;

методами и навыками организации связей во внутренней и внешней среде компании, организации, органа государственного или муниципального управления; навыками обмена опытом, реализации проектов, направленных на развитие организации, предприятия в части коммуникаций с деловыми партнёрами;

навыками организации каналов коммуникаций и осуществления эффективных коммуникаций.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Предмет и законы имиджологии. Имидж как система и как процесс. Классификация имиджей. Составляющие элементы системы.

Структурный подход к формированию имиджа. Типология имиджа. Трёхмерная модель имиджеологического пространства. Инструментарий имиджелогии. Коммуникативные стратегии. Техники создания образа. Стереотипизация. Типизация, позиционирование, имиджевая символика. Мифологизация имиджа. Модели визуальной коммуникации. Методы формирования позитивного отношения. Способы продвижения имиджа. Персональная имиджелогия. Закономерности восприятия человека человеком. Психодинамика имиджа. Алгоритмы формирования персонального имиджа. Технология имиджирования. Эффективная самопрезентация. Корпоративная имиджелогия. Структура имиджа организации. Стратегия формирования имиджа организации. Критерии эффективного имиджа организации. Имидж территории. Субъекты имиджа территорий. Внутренний и внешний имидж территории. Имиджелогия идеальных структур (бренда, торговой марки и т.п.). технологии управления имиджем. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Отраслевой маркетинг»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные типы и структуры рынков, основные методы маркетингового анализа: STEP-анализ, SWOT-анализ.;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, анализировать особенности воздействия факторов внешней и внутренней среды при разработке и реализации приоритетных направлений развития отраслей и территорий;

Владеть: методами анализа поведения потребителей и формирования спроса, навыками количественных и качественных оценок конкурентных позиций отраслей и территорий

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Эволюция предмета познания маркетинговой науки. Сущность диверсификации маркетинга. Тенденции углубления маркетинга. Расширение сферы применения маркетинга. Развертывание маркетинга по уровням управления. Общее понятие об отраслевом

маркетинге. «Крест» маркетинга. Отраслевые конкурентные позиции: базовые и управляемые. Классификация базовых отраслевых конкурентных позиций: масштаб рынка и конкуренции; размер рынка; темпы роста (спада) рынка; число продавцов и их сравнительные размеры; число покупателей и их сравнительные размеры; барьеры входа/выхода на рынок/с рынка и др. Классификация управляемых отраслевых конкурентных позиций: уровень применяемых технологий; уровень обновления, улучшения качества, расширения ассортимента выпускаемой продукции/услуг; уровень послепродажного обслуживания; уровень модернизации и внедрения инноваций в производственные процессы; состав, состояние, уровень надёжности и обновления производственных фондов; степень загрузки и эффективность использования производственных мощностей и др. Основные отличия промышленного маркетинга от классического (традиционного) маркетинга. Этапы становления и развития промышленного, финансового и некоммерческого маркетинга. Принципы промышленного, финансового и некоммерческого маркетинга. Отраслевой комплекс маркетинга (маркетинг-микс).

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг интеллектуальных продуктов»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы маркетинга, основы управления проектами разработки новых продуктов, основы законодательного регулирования разработки и продвижения товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования товаров;

Уметь: готовить предложения по разработке нового продукта по результатам исследования потребностей покупателей и потребителей товаров,

Владеть: навыками выведения на рынок и продвижения новых видов товаров с учётом уникальной специфики продвижения различных групп товаров.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие интеллектуального продукта, виды интеллектуальных продуктов. Особенности интеллектуальных продуктов. Сущность интеллектуальной и промышленной собственности. Лицензии.

Патенты. Рынок интеллектуальных продуктов. Особенности рынка интеллектуальных продуктов. Объекты интеллектуальной собственности. Сегментация рынка интеллектуальных продуктов. Целевой рынок. Целевой сегмент. Выявление качественных характеристик и количественное определение потребителей интеллектуальных продуктов. Организация маркетинговых исследований. Функции маркетинга в зависимости от типа интеллектуального продукта. Задачи маркетинга интеллектуальных продуктов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бренд-менеджмент»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления брендами, теоретические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;

Уметь: применять понятийный аппарат бренд-менеджмента в профессиональной деятельности, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей;

Владеть: методами формулирования и реализации стратегий брендинга.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины

Брендинг в современных условиях. Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного управления. Стратегический бренд-менеджмент. Управление портфелем брендов. Интегрированные бренд-коммуникации. Капитализация бренда. Правовые аспекты бренд-менеджмента.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Трейд-маркетинг»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы маркетинга, основные этапы разработки и модели вывода и продвижения товаров на рынок;

основы маркетинга и брендинга, современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа с учётом специфики рынка, факторы, влияющие на процесс формирования успешной деловой репутации на рынке;

Уметь: формировать желаемый образ организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, реализовывать мероприятия по защите репутации организации/торговой марки и улучшению её характеристик для внутренних и внешних аудиторий;

Владеть: навыками выведения на рынок и продвижения новых видов товаров с учётом уникальной специфики продвижения различных групп товаров, навыками организации каналов коммуникаций и осуществления эффективных коммуникаций;

навыками реализации программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа организации/торговой марки у партнёров, конкурентов, потребителей товаров, навыками распространения коммерчески важной информации о товаре и (или) организации с целью создания благоприятного общественного мнения.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Базовые понятия трейд-маркетинга. Понятие BTL-услуги и направления их развития. Отличие покупателей от потребителей. Система организации BTL. Концепция «4С». Нужды и запросы потребителей (customer needs and wants). Затраты для потребителя (cost). Удобство для потребителя (convenience). Коммуникации с потребителем (communication). Разработка индивидуальных программ трейд-маркетинга. Материальные инструменты трейд-маркетинга. Нематериальные инструменты трейд-маркетинга. Инструменты трейд-маркетинга. Скидки. Бонусы. Специальные мероприятия. Мерчендайзинг. Самые эффективные мероприятия. Оплата работы промоутеров. Оплата работы супервайзера, водителя и других членов персонала, обслуживающих акцию. Оплата работы агентства по разработке стратегии и идеи акции. PR-сопровождение. Расходы на призы. Расходы на коммуникации в ходе акции. Программы поощрения. Примеры поощрения легендарных компаний. Типичные

ошибки при проведении промоакций. Мотивационные программы для торговых представителей.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Организация продаж»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: понятие, сущность, основные элементы системы продаж в организации, современные подходы к формированию сбытовой политикой организации;

Уметь: разрабатывать стратегии продаж в организации;

Владеть: навыками работы с маркетинговой информацией в сфере организации продаж, методами управления каналами распределения продукции.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие, сущность, основные элементы системы продаж в организации. Содержание коммерческой работы в области продаж в организации. Разработка стратегии продаж в организации. Процесс разработки стратегии продаж в организации. Подбор персонала и построение системы мотивации для менеджеров отдела продаж. Методы управления каналами распределения продукции в системе управления продажами. Основные виды каналов распределения продукции в организации. Исследование поведения потребителей для организации эффективной системы продаж.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Коммерческая деятельность»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: виды инноваций, методы внедрения инноваций, роли, функции и задачи инновационного менеджера в современной организации, основы управления проектом, сущность проектного управления;

Уметь: разрабатывать и реализовывать программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений;

Владеть: методами реализации основных управленческих функций в сфере управления инновациями, навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений, навыками проектного управления.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Сущность и содержание коммерческой деятельности. Основы организации и осуществления коммерческой деятельности. Заключение договоров в коммерческой деятельности. Коммерческие сделки. Закупка товаров в коммерческой деятельности. Планирование и организация сбыта. Посредники в коммерческой деятельности. Торги как форма коммерческой деятельности. Анализ коммерческой деятельности фирмы. Риски в коммерческой деятельности. Этика коммерческой деятельности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Стратегический маркетинг»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; сущность стратегического менеджмента и различных систем стратегического менеджмента; методы стратегического анализа и условия их эффективного применения,

Уметь: применять понятийный аппарат стратегического менеджмента в профессиональной деятельности; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей; разрабатывать стратегии развития организации в результате применения методов стратегического анализа и моделей;

Владеть: методами стратегического анализа; методами формулирования и реализации стратегий; навыками применения методов стратегического анализа и моделей, позволяющих разработать стратегии развития организации; навыками анализа условий ведения бизнеса; навыками оценки возможностей стратегического развития организации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Понятие и сущность стратегического маркетинга. Этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии. Стратегическая сегментация рынка. Стратегия выбора целевых рынков, позиционирования. Товарная стратегия и ее элементы. Стратегия ценообразования. Стратегия распределения продукта. Стратегии маркетинговых коммуникаций. Управление маркетинговой стратегией и контроль.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Управление процессами»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; сущность стратегического менеджмента и различных систем стратегического менеджмента; методы стратегического анализа и условия их эффективного применения,

Уметь: применять понятийный аппарат стратегического менеджмента в профессиональной деятельности; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на основе применения методов стратегического анализа и моделей; разрабатывать стратегии развития организации в результате применения методов стратегического анализа и моделей;

Владеть: методами стратегического анализа; методами формулирования и реализации стратегий; навыками применения методов стратегического анализа и моделей, позволяющих разработать стратегии развития организации; навыками анализа условий ведения бизнеса; навыками оценки возможностей стратегического развития организации.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4 з.е.

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Концептуальные основы управления процессами. Понятие, сущность и основные характеристики процессов. Процессный подход к организации деятельности. Моделирование бизнес-процессов. Управление бизнес-процессами. Функция исследования. Функция планирования. Функция организации. Функция активизации. Функция координации. Функция контроля. Управление процессами жизненного

цикла продукции. Управление процессом проектирования и разработки продукции. Управление закупками, поставками и взаимоотношениями с покупателями. Управление параметрами производственных процессов. Управление совершенствованием и развитием бизнес-процессов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Циклические виды спорта»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы физического воспитания и укрепления здоровья,

Уметь: поддерживать уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,

Владеть: средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья.

Объем дисциплины в зачетных единицах: -

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина предусматривает теоретическое рассмотрение и практическую реализацию следующих вопросов: роль физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов, ее социально-биологические основы; законодательство РФ о физической культуре и спорте; физическая культура личности; основы здорового образа жизни студента; особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности; общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания; спорт; индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов; основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.

Аннотация к рабочей программе дисциплины **«Спортивные игры»**

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы физического воспитания и укрепления здоровья,

Уметь: поддерживать уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,

Владеть: средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья.

Объем дисциплины в зачетных единицах: -

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина предусматривает теоретическое рассмотрение и практическую реализацию следующих вопросов: роль физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов, ее социально-биологические основы; законодательство РФ о физической культуре и спорте; физическая культура личности; основы здорового образа жизни студента; особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности; общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания; спорт; индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов; основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Фитнес»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы физического воспитания и укрепления здоровья,

Уметь: поддерживать уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности,

Владеть: средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья.

Объем дисциплины в зачетных единицах: -

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина предусматривает теоретическое рассмотрение и практическую реализацию следующих вопросов: роль физической

культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов, ее социально-биологические основы; законодательство РФ о физической культуре и спорте; физическая культура личности; основы здорового образа жизни студента; особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности; общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания; спорт; индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений; профессионально-прикладная физическая подготовка студентов; основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.