

Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Краснодарский филиал)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Э.В. Соболев

«20» 06 2014 г.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

специальность 080111.65 - "Маркетинг"
специализация «Коммерческий маркетинг»

Специальность утверждена приказом Министерства образования
Российской Федерации от 23 марта 2000г. №202 эк/сп.

Квалификация Маркетолог

Форма обучения **заочная**

Нормативный срок освоения ООП **5,5 лет**

Краснодар 2014

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

Краснодарского филиала

Финуниверситета

Протокол №11 от 28.08.2014г.

Ученый секретарь  О.В. Бершадская

СОДЕРЖАНИЕ

1	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1	Основная образовательная программа специальности 080111.65 «Маркетинг»	4
1.2	Нормативные документы для разработки программа специальности 080111.65 «Маркетинг»	4
1.3	Общая характеристика программы	5
2	ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»	5
3	ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ СПЕЦИАЛИТЕТА	6
3.1	Учебный план подготовки специалиста	6
3.2	Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)	6
3.3	Программы практик и организация научно- исследовательской работы студентов обучающихся по специальности 080111.65 «Маркетинг»	7
4	ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 080111.65 «МАРКЕТИНГ»	8
5	ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ) КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ	9
6	НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ, СТУДЕНТОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 080111.65	10
6.1	Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	10
6.2	Итоговая государственная аттестация выпускников по специальности 080111.65 «Маркетинг»	10
7	ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 080111.65 «МАРКЕТИНГ»	10
	ПРИЛОЖЕНИЯ	
	ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Учебный план подготовки специалистов по специальности 080111.65 «Маркетинг»	
	ПРИЛОЖЕНИЕ 2. График учебного процесса	
	ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	
	ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Наличие учебной и учебно-методической литературы	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная образовательная программа специальности 080111.65 "Маркетинг"

Основная образовательная программа, реализуемая в Федеральном государственном бюджетном образовательном Краснодарского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением самостоятельно с учетом требований рынка труда на основе Государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ГОС ВПО).

Программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

В основной образовательной программе используются следующие сокращения:

ВО - высшее образование;

ООП - основная образовательная программа;

УЦ ООП - учебный цикл основной образовательной программы;

ГОС ВПО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

1.2. Нормативные документы для разработки программа специальности 080111.65 "Маркетинг"

Нормативную правовую базу разработки данной программы специалитета составляют:

- Федеральный закон от 24.10.2007г. № 232-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части уровней высшего профессионального образования).

- Федеральный закон от 01.12.2007г. № 309-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия структуры и содержания государственного образовательного стандарта»

- Федеральный закон от 01.12.2007г. № 307-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях предоставления объединениям работодателей права участвовать в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования».

- Федеральный закон от 01.12.2007г. № 308-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам интеграции образования и науки»
- Постановление Правительства РФ от 24.02.2009 № 142 «Об утверждении Правил разработки и утверждения федеральных государственных образовательных стандартов»
- Перечень направлений подготовки бакалавров и магистров (приказ Минобрнауки России от 17.09.2009 № 337).
- Федеральные государственные образовательные стандарты по направлениям подготовки (специальностям) бакалавров, магистров и специалистов (утверждено около 300 ФГОС бакалавров и магистров).
- Примерные основные образовательные программы для подготовки бакалавров, магистров и специалистов (разрабатываются в соответствии с письмом Департамента государственной политики в образовании от 28.12.2009 г. № 03-2672 и размещаются на сайте ФИРО).
- Утверждено постановлением Правительства РФ от 14 февраля 2008 г. N 71 «Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении)»
- Федеральный закон от 08.11.2010 N 293-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием контрольно-надзорных функций и оптимизацией предоставления государственных услуг в сфере образования" (принят ГД ФС РФ 22.10.2010)
- Приказ Минобрнауки Российской Федерации от 4 октября 2010 г. N 986 «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений»

1.3. Общая характеристика программы

Общая характеристика специальности 080111.65 – "Маркетинг".

Специальность утверждена приказом Министерства образования Российской Федерации от 23 марта 2000г. №202 эк/сп.

Нормативный срок освоения образовательно-профессиональной программы при заочной форме обучения – 5,5 лет; квалификация - менеджер.

Квалификационная характеристика выпускника, область и объекты профессиональной деятельности менеджера.

1.3.1. Область профессиональной деятельности.

Деятельность маркетолога направлена на обеспечение взаимодействия служб предприятий различных организационно - правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке с учетом требований потребителя, внутренних возможностей предприятия, отраслевой специфики, технологии, организации производства, эффективного природопользования.

1.3.2. Объекты профессиональной деятельности.

Объектами профессиональной деятельности маркетолога являются: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых

форм отраслей народного хозяйства, некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности.

1.3.3. Основные виды профессиональной деятельности.

информационно-аналитическая деятельность:

- организация и непосредственное участие в проведении комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;
- изучение конъюнктуры рынка;
- проведение ранжирования рынков по определенным критериям и выбор наиболее перспективных целевых рынков;
- проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов;
- изучение поведения потребителей и способов воздействия на него;
- выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
- изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;
- совершенствование информационного обеспечения маркетинговой деятельности;
- разработка программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами;
- анализ конкурентной среды с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт.

товарно-производственная деятельность:

- подготовка предложений по формированию товарного ассортимента;
- поиск и разработка идей по созданию нового товара;
- разработка концепций и рекомендаций по организации производства новых товаров.

сбытовая деятельность:

- разработка стратегий сбыта;
- выбор каналов распределения, организация системы товародвижения и продаж;
- проведение целенаправленной товарной политики;
- определение ценовой политики;
- создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж).

экономико-управленческая деятельность,

в т. ч. проектно-плановая:

- участие в разработке и экономическом обосновании оперативных и стратегических планов деятельности предприятия на национальном и

- международных рынках;
- участие в проведении финансово-экономического анализа функционирования предприятия и разработка комплекса маркетинга;
 - организация службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех структур предприятия;
 - обеспечение управления инвестициями и рисками;
 - повышение эффективности общественно-полезной деятельности предприятия (организации);
 - управление и контроль маркетинговой деятельности предприятия (организации).

2. Общие требования к образовательной программе подготовки выпускника по специальности "Маркетинг "

Образовательная программа подготовки маркетолога разрабатывается на основе настоящего государственного образовательного стандарта и включает в себя учебный план, методическое обеспечение образовательного процесса (программы учебных дисциплин, программы учебных и производственных практик, основную учебную литературу, методические рекомендации по видам занятий), обеспечение образовательного процесса профессорско-преподавательским составом.

Требования к обязательному минимуму содержания образовательной программы подготовки маркетолога, к условиям ее реализации и срокам ее освоения определяются государственным образовательным стандартом.

Образовательная программа подготовки маркетологов состоит из дисциплин федерального компонента, дисциплин регионального (вузовского) компонента, дисциплин по выбору студента, а так же факультативных дисциплин. Дисциплины и курсы регионального (вузовского) компонента и дисциплины по выбору студентов должны отвечать назначению цикла и содержательно дополнять дисциплины, указанные в федеральном компоненте цикла.

Содержание регионального компонента образовательной программы подготовки маркетолога должно обеспечивать подготовку выпускника в соответствии с квалификационной характеристикой, установленной настоящим государственным образовательным стандартом.

3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы специалитета

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ГОС ВПО специальности 080111.65 "Маркетинг" содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом специалиста; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и

производственных практик; а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

3.1. Учебный план подготовки специалиста

Образовательная программа подготовки маркетолога должна предусматривать изучение студентом следующих циклов дисциплин:

цикл ГСЭ – общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины;

цикл ЕН – общие математические и естественно – научные дисциплины;

цикл ОПД – обще профессиональные дисциплины;

цикл ДС – дисциплины специализации;

ФТД – факультативы.

А так же итоговую государственную аттестацию

Учебный план должен быть структурирован по циклам и компонентам образовательной программы.

3.2. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

Требования к обязательному минимуму содержания образовательной программы по специальности 080111.65 "Маркетинг" представлены в Приложении 1.

3.3. Программы практик и организация научно-исследовательской работы студентов обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг"

3.3.1. Программы практик

В соответствии с ГОС ВПО по специальности 080111.65 "Маркетинг". Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Для реализации данной ООП предусмотрены следующие виды практик:

- Учебно - ознакомительная- 2 недели.
- Производственная - 4 недели.
- Производственная (преддипломная)- 8 недель.

Всего – 14 недель.

3.3.2. Организация научно-исследовательской работы, обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг "

В процессе освоения ООП студент может заниматься научно-исследовательской работой под руководством научного руководителя. Студенту на протяжении всего периода обучения предоставляется возможность:

– изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки;

- участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок;
- осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-экономической информации по теме (заданию);
- составлять отчеты (разделы отчета) по научно-исследовательской теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступать с докладами на конференциях;
- готовить научные публикации.

Местом проведения научно-исследовательской работы могут являться кафедра «Менеджмент и маркетинг», компьютерные классы, библиотека университета, а так же сторонние организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

4. Фактическое ресурсное обеспечение программы специальности 080111.65 "Маркетинг"

Ресурсное обеспечение данной ООП формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определенных ГОС ВПО по данной специальности.

ФГБОУ ВПО «Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации» укомплектован типовым оборудованием для проведения занятий по циклам цикл ГСЭ; цикл ЕН; цикл ОПД; цикл ДС.

Образовательный процесс происходит в учебных аудиториях для проведения лекционных, практических (семинарских) занятий, лабораторных практикумов. Общая площадь, приходящаяся на одного обучающегося – 10,5 м². Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для представления учебной информации студентам. Имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих показ тематических иллюстраций во время проведения лекционных занятий по дисциплинам учебного плана.

Реализация ООП по специальности 080111.65 "Маркетинг" обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 77 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу и научно-исследовательскому семинару, имеют ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук, или ученое звание профессора имеют более 9 процентов преподавателей.

Анализ кадрового обеспечения показал, что уровень квалификации ППС по профилирующей кафедре – 77,3 %, что соответствует требованиям ФГОС.

В таблице 1 приведена квалификационная характеристика ППС, обучающего студентов по специальности 080111.65 «Маркетинг».

Таблица 1

Квалификационная характеристика ППС, обучающего студентов по специальности 080111.65 «Маркетинг»

Должность, уч. степень, уч. звание	Число штатных единиц
Профессора, д.н., профессор	1
Доценты, к.н., доцент	5
Доценты, к.н., без звания	4
Практики	1
Старшие преподаватели без степени	1
Итого	12

Основные материально - технические условия для реализации образовательного процесса в вузе в соответствии с ООП и приказом № 986-ФЗ «Требования к материально-техническому оснащению» выполнены.

В настоящее время университет располагает технически оборудованными аудиториями и кабинетами, 2 компьютерными классами, медицинским кабинетом, спортплощадкой, столовой.

5. Характеристика среды вуза, обеспечивающей развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Библиотека университета функционирует в автоматизированном режиме и является частью единой информационной среды вуза. Библиотека имеет доступ ко многим сегментам единой автоматизированной системы вуза (учебные планы, нагрузка), что в значительной степени упрощает решение многих организационных вопросов.

В фонде библиотеки представлены учебники и научные издания по всем дисциплинам, что делает фонд нашей библиотеки востребованным всеми категориями пользователей: профессорско-преподавательским составом, магистрантами, студентами.

Читатель библиотеки имеет возможность, совместно с библиотекарем или самостоятельно, провести поиск необходимых источников, составить список запрашиваемых изданий, узнать есть ли запрашиваемые им книги в библиотеке. Библиотека располагает библиографическими ресурсами, собранными в библиотеке и представляемые пользователям через портал электронной библиотеки Финуниверситета. Все учебно-методические

материалы, разрабатываемые на кафедре в составе УМКД или в виде отдельных изданий, передаются в библиотеку в электронном виде. Доступ к этим ресурсам открыт всем обучающимся и работающим в вузе. Эффективно используются ресурсы INTERNET, открытые для свободного использования. Доступ к INTERNET для студентов, ППС, магистрантов бесплатный. Для обслуживания пользователей в библиотеке действует читальный зал и абонемент.

В Краснодарском филиале создана оптимальная социально-педагогическая среда по следующим направлениям саморазвития и самореализации личности:

Организация гражданско-патриотического воспитания студентов.

Пропаганда ценностей физической культуры и здорового образа жизни.

Обеспечение вторичной занятости студентов.

Организация научно-исследовательской работы студентов во внеучебное время.

Анализ проблем студенчества и организация психологической поддержки, консультационной помощи.

Профилактика правонарушений, наркомании и ВИЧ-инфекции среди студентов.

Информационное обеспечение студентов.

Содействие работе общественных организаций, клубов и студенческих объединений.

Создание системы морального и материального стимулирования преподавателей и студентов, активно участвующих в организации вне учебной работы.

Организация культурно-массовых, спортивных, научных мероприятий.

Научное обоснование существующих методик, поиск и внедрение новых технологий, воспитательного воздействия на студента, создание условий для их реализации.

6. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения, студентов обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг"

6.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация студентов в ФГБОУ ВПО «Краснодарском филиале Финансового университета при Правительстве Российской Федерации» регламентируется Типовым положением о вузе и действующим внутривузовским положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО основная образовательная программа обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего, промежуточного и итогового контроля. Фонд включает типовые задания, контрольные работы, задания в тестовой форме, в том числе для использования в системе LFN-testig, вопросы к экзаменам и зачётам, а также иные контрольные

материалы. Фонды оценочных средств представлены в учебно-методических комплексах дисциплин.

С целью максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций магистров к условиям их будущей профессиональной деятельности кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели (представители заинтересованных организаций), преподаватели, читающие смежные дисциплины.

6.2. Итоговая государственная аттестация выпускников по специальности 080111.65 "Маркетинг"

Итоговая государственная аттестация менеджеров включает защиту выпускной квалификационной работы и сдачу государственного экзамена по специальности, позволяющего выявить и оценить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности. Государственный экзамен по специальности включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам обще профессиональной и специальной подготовки. Он проводится на заключительном этапе учебного процесса до защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа маркетолога должна показывать навыки практического анализа проблем управления, расчета и разработки проекта совершенствования управления.

7. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки студентов обучающихся по специальности 080111.65 "Маркетинг"

Качество подготовки по ООП регламентируется и обеспечивается следующими нормативно-методическими документами и материалами (кроме указанных в других разделах настоящего документа):

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов;

Положение об итоговой государственной аттестации выпускников;

Положение о кафедре;

Положение о подготовке специалистов по основным образовательным программам высшего профессионального образования в сокращённые сроки.

Требования к обязательному минимуму содержания образовательной программы по специальности 080111.65 - "Маркетинг"

Индекс	Наименование дисциплин и их основные разделы	Всего часов
1.	2.	3.

ГСЭ **Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины** 1800

ГСЭ. Ф. 00 **Федеральный компонент** 1260

ГСЭ. Ф. 01 **Иностранный язык** 340

Специфика артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации; чтение транскрипции.

Лексический минимум в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера.

Понятие дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и другая).

Понятие о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах.

Понятие об основных способах словообразования.

Грамматические навыки, обеспечивающие коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении ; основные грамматические явления, характерные для профессиональной речи.

Понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях, стиле художественной литературы. Основные особенности научного стиля.

Культура и традиции стран изучаемого языка, правила речевого этикета.

Говорение. Диалогическая и монологическая речь с использованием наиболее употребительных и относительно простых лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения. Основы публичной речи (устное сообщение, доклад).

Аудирование. Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации.

Чтение, виды текстов: несложные прагматические тексты и тексты по широкому и узкому профилю специальности.

Письмо. Виды речевых произведений: аннотация, реферат, тезисы, сообщения, частное письмо, деловое письмо, биография.

ГСЭ.Ф.02 **Физическая культура** 408

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Законодательство Российской Федерации 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.

ГСЭ. Ф. 03. **Отечественная история**

Сущность, формы, функции исторического знания. Методы и источники изучения истории. Понятие и классификация исторического источника. Отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное. Методология и теория исторической науки. История России – неотъемлемая часть всемирной истории.

Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян. Основные этапы становления государственности. Древняя Русь и кочевники. Византийско – древнерусские связи. Особенности социального строя древней Руси. Этнокультурные и социально - политические процессы становления русской государственности. Принятие христианства. Распространение ислама. Эволюция восточнославянской государственности в XI-XII в.в. Социально – политические изменения в русских землях в XIII – XXV в.в. Русь и Орда: проблемы взаимовлияния.

Россия и средневековые государства Европы и Азии. Специфика формирования единого российского государства. Возвышение Москвы. Формирование сословной системы организации общества. Реформы Петра I. Век Екатерины. Предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма. Дискуссии о генезисе самодержавия.

Особенности и основные этапы экономического развития России. Эволюция форм собственности на землю. Структура феодального землевладения. Крепостное право в России. Мануфактурно – промышленное производство. Становление индустриального общества в России: общее и особенное. Общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в. Реформы и реформаторы в России. Русская культура XIX века и ее вклад в мировую культуру.

Роль XIX столетия в мировой истории. Глобализация общественных процессов. Проблема экономического роста и модернизации. Революции и реформы. Социальная трансформация общества. Столкновение тенденций интернационализма и национализма, интеграции и сепаратизма, демократии и авторитаризма.

Россия в начале XIX в. Объективная потребность индустриальной модернизации России. Российские реформы в контексте общемирового развития в начале века. Политические партии России: генезис, классификация, программы, тактика.

Россия в условиях мировой войны и общенационального кризиса. Революция 1917 г. Гражданская война и интервенция, их результаты и последствия. Российская эмиграция. Социально – экономическое развитие страны в 20 –е гг. НЭП. Формирование однопартийного политического режима. Образование СССР. Культурная жизнь страны в 20-е гг. Внешняя политика.

Курс на строительство социализма в одной стране и его последствия. Социально – экономические преобразования в 30-е гг. Усиление режима личной власти Сталина. Сопrotивление сталинизму. СССР накануне и в начальный период второй мировой войны. Великая Отечественная война.

Социально – экономическое развитие, общественно – политическая жизнь, культура, внешняя политика СССР в послевоенные годы. Холодная война.

Попытки осуществления политических и экономических реформ. НТР и ее влияние на ход общественного развития.

СССР в середине 60-80 –х гг.: нарастание кризисных явлений.

Советский Союз в 1985 – 1991 гг. Перестройка. Попытка государственного переворота 1991 г. и ее провал. Распад СССР. Беловежские соглашения. Октябрьские события 1993 г.

Становление новой российской государственности (1993 – 1999 гг.). Россия на пути радикальной социально – экономической модернизации. Культура в современной России. Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации.

ГСЭ. Ф. 04. Культурология

Структура и состав современного культурологического знания. Культурология и философия культуры, социология культуры, культурная антропология. Культурология и история культуры. Теоретическая и прикладная культурология.

Методы культурологических исследований.

Основные понятия культурологии: культура, цивилизация, морфология культуры. Функции культуры, субъект культуры, культурогенез, динамика культуры, язык и символы культуры, культурные коды, межкультурные коммуникации, культурные ценности и нормы, культурные традиции, культурная картина мира, социальные институты культуры, культурная самоидентичность, культурная модернизация.

Типология культур. Этническая и национальная, элитарная и массовая культуры. Восточные и западные типы культур. Специфические и "серединные" культуры. Локальные культуры. Место и роль России в мировой культуре. Тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе.

Культура и природа. Культура и общество. Культура и глобальные проблемы современности.

Культура и личность. Инкультурация и социализация.

ГСЭ. Ф. 05. Политология

Объект, предмет и метод политической науки. Функции политологии.

Политическая жизнь и властные отношения. Роль и место политики в жизни современных обществ. Социальные функции политики.

История политических учений. Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Современные политологические школы.

Гражданское общество, его происхождение и особенности. Особенности становления гражданского общества в России.

Институциональные аспекты политики. Политическая власть. Политическая система. Политические режимы, политические партии, электоральные системы.

Политические отношения и процессы. Политические конфликты и способы их разрешения. Политические технологии. Политический менеджмент. Политическая модернизация.

Политические организации и движения. Политические элиты. Политическое лидерство.

Социокультурные аспекты политики.

Мировая политика и международные отношения. Особенности мирового политического процесса. Национально-государственные интересы России в новой геополитической ситуации.

Методология познания политической реальности. Парадигмы политического знания. Экспертное политическое знание; политическая аналитика и прогнозика.

ГСЭ.Ф.06 Правоведение

Государства и право. Их роль в жизни общества.

Норма права и нормативно-правовые акты.

Основные правовые системы современности. Международное право как особая система права. Источники российского права.

Закон и подзаконные акты.

Система российского права. Отрасли права.

Правонарушение и юридическая ответственность.

Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство.

Конституция Российской Федерации - основной закон государства.

Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации.

Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности.

Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право.

Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.

Трудовой договор (контракт). Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение.

Административные правонарушения и административная ответственность.

Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.

Экологическое право.

Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

ГСЭ.Ф.07 Психология и педагогика

Психология: предмет, объект и методы психологии. Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект, индивидуальность.

Психика и организм. Психика, поведение и деятельность. Основные функции психики.

Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза.

Мозг и психика.

Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания.

Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы.

Эмоции и чувства.

Психическая регуляция поведения и деятельности.

Общение и речь.

Психология личности.

Межличностные отношения.

Психология малых групп.

Межгрупповые отношения и взаимодействия.

Педагогика: объект, предмет, задачи, Функции, методы педагогики. Основные категории педагогики: образование, воспитание, обучение, педагогическая деятельность, педагогическое взаимодействие, педагогическая технология, педагогическая задача.

Образование как общечеловеческая ценность. Образование как социокультурный феномен и педагогический процесс. Образовательная система России. Цели, содержание, структура непрерывного образования, единство образования и самообразования.

Педагогический процесс. Образовательная, воспитательная и развивающая функция обучения.

Воспитание в педагогическом процессе.

Общие формы организации учебной деятельности. Урок, лекция, семинарские, практические и лабораторные занятия, диспут, конференция, зачет, экзамен, факультативные занятия, консультация.

Методы, приемы, средства организации и управления педагогическим процессом.

Семья как субъект педагогического взаимодействия и социокультурная среда воспитания и развития личности.

Управление образовательными системами.

ГСЭ.Ф.08 Русский язык и культура речи

Стили современного русского языка. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи.

Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

Официально деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приемы унификации языка служебных документов. Интегральные свойства русской официально - деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе.

Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи. Основные приемы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информированность и выразительность публичной речи.

Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов.

Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.

ГСЭ.Ф.09 Социология

Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О. Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль.

Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации.

Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация.

Социальные движения.

Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса.

Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества.

Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры.

Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект.

Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе.

Методы социологического исследования.

2.

3. ГСЭ.Ф.10 Философия

Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания.

Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия –материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира.

Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития.

Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести.

Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

ГСЭ.Ф.11 Экономика*

Введение в экономическую теорию. Блага. Потребности, ресурсы. Экономический выбор. Экономические отношения. Экономические системы. Основные этапы развития экономической теории.

Методы экономической теории.

Микроэкономика. Рынок. Спрос и предложение. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Факторы спроса.

Индивидуальный и рыночный спрос. Эффект дохода и эффект замещения. Эластичность. Предложение и его факторы. Закон убывающей предельной производительности. Эффект масштаба. Виды издержек. Фирма. Выручка и прибыль. Принцип максимизации прибыли. Предложение совершенно конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность конкурентных рынков. Рыночная власть. Монополия. Монополистическая конкуренция.

Олигополия. Антимонопольное регулирование. Спрос на факторы производства. Рынок труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата и занятость. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Рынок земли. Рента. Общее равновесие и благосостояние. Распределение доходов. Неравенство. Внешние эффекты и общественные блага. Роль государства.

Макроэкономика. Национальная экономика как целое. Кругооборот доходов и продуктов. ВВП и способы его измерения. Национальный доход. Располагаемый личный доход. Индексы цен. Безработица и ее формы. Инфляция и ее виды. Экономические циклы. Макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение. Стабилизационная политика. Равновесие на товарном рынке. Потребление и сбережения. Инвестиции. Государственные расходы и налоги. Эффект мультипликатора. Бюджетная – налоговая политика. Деньги и их функции. Равновесие на денежном рынке. Денежный мультипликатор. Банковская система. Денежно – кредитная политика.

Экономический рост и развитие. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Платежный баланс. Валютный курс.

* - если эта дисциплина не выбирается вузом, то необходимо выбрать дисциплину

Особенности переходной экономики России. Приватизация. Формы собственности. Предпринимательство. Теневая экономика. Рынок труда. Распределение и доходы. Преобразования в социальной сфере. Структурные сдвиги в экономике. Формирование открытой экономики.

ГСЭ.Р.00	Национально-региональный (вузовский) компонент	270 часов
ГСЭ.В.00	Дисциплины и курсы по выбору студента, устанавливаемые вузом	270 часов
ЕН	Общие математические и естественнонаучные дисциплины	1000
ЕН.Ф.00	Федеральный компонент	800
ЕН.Ф.01	Математика	400

Аналитическая геометрия и линейная алгебра. Последовательности и ряды. Дифференциальное и интегральное исчисления. Векторный анализ и элементы теории поля. Гармонический анализ. Дифференциальные уравнения. Численные методы. Функции комплексного переменного. Элементы функционального анализа. Вероятность и статистика. Теория вероятностей. Случайные процессы. Статистическое оценивание и проверка гипотез. Статистические методы обработки экспериментальных данных.

ЕН.Ф.02 **Информатика** 200

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; языки программирования высокого уровня; базы данных; программное обеспечение и технологии программирования; локальные и глобальные сети ЭВМ. Основы защиты информации и сведений, составляющих государственную тайну; методы защиты информации. Компьютерный практикум.

ЕН.Ф.03 **Концепции современного естествознания**
200

Естественнонаучная и гуманитарная культуры; научный метод; история естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития; корпускулярная и континуальная концепции описания природы; порядок и беспорядок в природе; хаос; структурные уровни организации материи; микро-, макро- и мегамиры; пространство, время; принципы относительности; принципы симметрии; законы сохранения; взаимодействие; близкодействие, дальноедействие; состояние; принципы суперпозиции, неопределенности, дополненности; динамические и статистические закономерности в природе; законы сохранения энергии в макроскопических процессах; принцип возрастания энтропии; химические процессы, реакционная способность веществ; особенности биологического уровня организации материи; принципы эволюции, воспроизводства и развития живых систем; многообразие живых организмов - основа организации и устойчивости биосферы; генетика и эволюция; человек: физиология, здоровье, эмоции, творчество, работоспособность, биоэтика, человек, биосфера и космические циклы: ноосфера, необратимость времени, самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

ЕН.Р.00	Национально-региональный (вузовский) компонент	100 часов
ЕН.В.00	Дисциплины и курсы по выбору студента, устанавливаемые вузом	100 часов

ОПД. **Общепрофессиональные дисциплины** 2900

ОПД.Ф.00 **Федеральный компонент** 2400

ОПД.Ф.01 Экономическая теория

Предмет экономической науки, экономическое развитие: законы и закономерности, ключевые уровни экономики; система экономических отношений в процессе производства, распределения, обмена и потребления продуктов труда; субъекты экономических отношений, их интересы и противоречия. Собственность, ее формы. Экономические и правовые аспекты собственности. Деньги.

Денежное обращение. Роль финансовой, кредитной и фискальной систем в общественном воспроизводстве. Государственное регулирование рынка; рынки факторов производства. Национальная экономика, совокупный спрос и совокупное предложение, рыночное равновесие, конкуренция, поведение производителей и потребителей на рынке.

Система национальных счетов. Макроэкономическое равновесие и проблемы его поддержания. Макроэкономическая нестабильность и ее основные формы. Экономические циклы. Безработица и инфляция. Потребление, сбережение, инвестиции. Рынок инвестиций. Эффективность инвестиций. Мировая экономика и экономический рост. Глобализация экономических процессов. Сравнительные экономические системы.

Основы функционирования рыночного механизма. Виды рынков. Модель спроса и предложения. Функции спроса, дохода и эластичность. Модели совершенной, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии. Определение условий эффективного производства. Анализ издержек. Мотив прибыли и другие цели предприятия.

ОПД.Ф.02 Экономика предприятия

Предприятие в конкурентной среде. Потенциал предприятия. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация. Налогообложение предприятия. Результаты хозяйственно-финансовой деятельности предприятия: показатели, их анализ и планирование. Структура планов на предприятии, методы их обоснования и взаимосвязи. Управленческий учет. Стратегический и оперативный контролинг на предприятии. Учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия.

ОПД.Ф.03 Финансы, денежное обращение и кредит

Сущность и роль финансов. Финансовая система. Финансы хозяйствующих субъектов. Бюджет. Внебюджетные фонды. Страхование. Кредитная и банковская система. Денежно-кредитная политика. Методы регулирования денежного оборота. Наличный и безналичный обороты. Формы кредитных отношений. Финансовый рынок.

ОПД.Ф.04 Бухгалтерский учет и аудит

Сущность бухгалтерского учета; баланс предприятия; учет денежных средств и расчетов, производственных запасов, основных средств и нематериальных активов, капитальных и финансовых вложений, готовой продукции и ее реализации, фондов, резервов и займов. Анализ финансовых результатов и использования прибыли; финансовая отчетность; принципы производственного учета. Бухгалтерский учет на персональном компьютере. Международный бухгалтерский учет. Аудиторская деятельность. Аудиторские фирмы. Правовые основы аудита.

ОПД.Ф.05 Статистика

Предмет, метод и задачи; источники статистической информации; группировка и сводка материалов статистических наблюдений; абсолютные и относительные величины; средние величины; ряды динамики; индексы; показатели вариации; выборочное наблюдение; статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений; статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений; статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных

фондов, себестоимости товаров и услуг, статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов для регионов и экономики в целом; статистические методы исследования экономической конъюнктуры; статистика товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен, эффективности рекламной деятельности, деловой активности; статистический анализ эффективности функционирования предприятий разных форм собственности, качества товаров и услуг; статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков, принятия решений в условиях неопределенности; выявление трендов и циклов; прогнозирование развития социально-экономических процессов.

ОПД.Ф.06 Менеджмент

Понятие, сущность, закономерности, принципы и основные категории менеджмента. Эволюция концепций менеджмента. Особенности российского менеджмента. Организация как система управления; жизненный цикл и типы организации; стратегическое управление организацией. Формальные и неформальные группы в организации. Функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль), их взаимосвязь и динамизм. Виды организационных структур управления, принципы проектирования структуры управления организацией. Методы менеджмента: экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические. Решения в менеджменте: требования к решениям, этапы принятия, оценка эффективности. Принципы управления персоналом, особенности подбора и оценки профпригодности специалистов-маркетологов. Принципы проектирования оптимальных систем мотивации труда. Формы власти и влияния, основные теории лидерства, органические функции руководителя. Самоменеджмент. Адаптация стилей руководства к деловым ситуациям. Управление конфликтами, стрессами и изменениями. Оценка эффективности управления.

ОПД.Ф.07 Основы маркетинга

Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепции маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя.

Маркетинговые исследования. Сегментация. Выбор целевого рынка. Стратегии маркетинга.

Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

Управление маркетингом. Организация маркетинга. Система маркетинговых планов. Финансы и контроль маркетинга. Сферы применения маркетинга.

Маркетинг и общество.

ОПД.Ф.08 Товароведение, экспертиза и стандартизация

Товароведение. Классификация товаров. Ассортимент. Кодирование. Качество товаров: свойства, показатели, классификация. Методы определения. Оценка качества. Управление качеством.

Экспертиза товаров. Организация и порядок проведения.

Стандартизация. Метрология. Сертификация. Правовая база. Государственный контроль и надзор за соблюдением требований стандартов, правил и норм. Ответственность за нарушение требований нормативных документов.

Международное сотрудничество в области стандартизации, метрологии и сертификации.

ОПД.Ф.09 Коммерческая деятельность

Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Договорная работа с поставщиками и посредниками.

Планирование и организация снабжения и сбыта. Оптовые закупки и продажи товаров. Технология торговой деятельности. Виды торговых операций: продажа товаров на оптовых

рынках, аукционах, товарных биржах, ярмарках, выставках. Торги как форма соревновательной торговли.

Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами. Типы розничных предприятий и формы продаж. Организация товароснабжения.

Ассортиментная и ценовая политика.

Организация и технология розничной продажи товаров.

Правовая и нормативная база.

ОПД.Ф. 10 Ценообразование

Роль цены в условиях рынка. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь. Функции цен. Ценообразующие факторы. Методология ценообразования. Структура цены.

Виды цен и их классификация. Методы расчета цен. Надбавки и скидки.

Регулирование цен.

Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства.

ОПД.Ф.11 Логистика

Логистика. Понятие, цели и задачи. Основные принципы эффективного использования логистики в коммерческой практике предприятия. Логистические информационные системы. Стратегия и планирование в логистике. Методы оценки логистических затрат и пути их оптимизации. Организация управления службами в логистике. Закупочная, производственная, распределительная виды логистики. Разработка систем складирования. Управление запасами. Транспортная логистика. Особенности логистики в отраслевых сферах.

ОПД.Ф.12. Информационные системы маркетинга

Структура и состав информационной системы маркетинга. Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий. Виды информационных систем, их создание и оптимизация. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга. Компьютерные сети.

Сетевая навигация. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Технология Интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство. Программные продукты в маркетинге. Эффективность информационной системы маркетинга.

ОПД.Ф.13. Правовое регулирование маркетинговой деятельности

Субъекты маркетинговой деятельности. Ответственность субъектов за соблюдение норм добросовестной коммерческой практики. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления. Договора, внедоговорные обязательства. Расчетные и кредитные правоотношения. Правовая охрана собственности.

Федеральные законы РФ, регулирующие рыночные отношения в области конкуренции, добросовестной деловой практики, товарных знаков, защиты прав потребителей, антимонопольной деятельности, рекламы и др. Кодексы Международной Торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность.

ОПД.Р.00 **Региональный (вузовский) компонент** 250

ОПД.В.00 **Дисциплины и курсы по выбору студента, устанавливаемые вузом** 250

ДС. **Дисциплины специализаций** 2004

ДС.00 **Федеральный компонент** 1160

ДС.01. Управление маркетингом

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.

ДС.02. Маркетинговые исследования

Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования.

Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.

ДС.03. Поведение потребителей

Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные и др. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Семья и домохозяйство.

Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие, обучение, память. Мотивация. Психографика. Персональные ценности. Жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение. Ситуационные факторы.

Модели поведения потребителей.

Процесс принятия решения о покупке. Осознание необходимости покупки. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Реакция на покупку.

Организационное покупательское поведение. Консюмеризм.

ДС.04. Маркетинговые коммуникации

Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.

Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.

Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.

Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.

Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

ДС.05. Международный маркетинг

Сущность международного маркетинга. Международная среда. Глобализация экономики и стратегии международного развития. Маркетинговые исследования на мировых рынках. Особенности сегментации. Стратегии выхода на зарубежные рынки. Деятельность транснациональных корпораций (ТНК). Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке. Товарные стратегии в международном маркетинге. Системы товародвижения в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии. Ценообразование в международном маркетинге.

ДС.06. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности. Характеристика рынков. Внешняя и внутренняя среда. Потребители. Конкуренты. Особенности сегментации.

Особенности комплекса маркетинга. Специфика маркетинговых исследований.
Маркетинговые стратегии и управление маркетингом в отраслях и сферах деятельности.