

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финуниверситет)
Тульский филиал Финуниверситета

СОГЛАСОВАНО

ООО «Торговый дом «Яснополянский»»

Директор компании



Л.В. Якубенюк

3 февраля 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала



Г.В. Кузнецов

3 февраля 2017 г.

Адаптированная образовательная программа

высшего образования - программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Программа «Маркетинг» (уровень бакалавриата)

Руководитель образовательной программы - Карпова С. В., д.э.н., проф., зам. руководителя Департамента менеджмента по научной работе, зам. председателя подкомитета по маркетингу МТПП, член Совета НП «Гильдия Маркетологов» и координатор цеха «Маркетинг финансовых услуг», сертифицированный эксперт по стратегическому маркетингу и маркетинговым коммуникациям, эксперт НАСДОБР

Выпускающая кафедра - «Экономика, менеджмент и маркетинг» (заведующий кафедрой – Поляков В.А., д.э.н., доцент).

Тула, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание адаптированной образовательной программы	Ошибка! Закладка не определена.
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» ...	9
3. Компетенции выпускника ОПВО, формируемые в результате освоения данной программы	10
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».....	13
5. Аннотации рабочих программ дисциплин в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»	Ошибка! Закладка не определена.
6. Производственная (в т.ч. преддипломная) практика	69
7. Фактическое ресурсное обеспечение АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».....	70
8. Характеристики среды Филиала, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников	75
9. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»	77

1. Описание адаптированной образовательной программы

Образовательная программа высшего образования 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и необходимых специальных условий их обучения.

Руководитель образовательной программы - Карпова С. В., д.э.н., проф., зам. руководителя Департамента менеджмента по научной работе, зам. председателя подкомитета по маркетингу МТПП, член Совета НП «Гильдия Маркетологов» и координатор цеха «Маркетинг финансовых услуг», сертифицированный эксперт по стратегическому маркетингу и маркетинговым коммуникациям, эксперт НАСДОБР.

Кафедра-разработчик адаптированной образовательной программы Тульского филиала Финуниверситета - «Экономика, менеджмент и маркетинг».

Адаптированная основная профессиональная образовательная программа высшего образования 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» разработана на основе образовательного стандарта высшего образования (далее ОС ВО) ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (ОС ВО утверждён Приказом № 2571/о от 30.12.2014 г.) по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 «Менеджмент» и Учебного плана, утвержденного Директором филиала 28.02.2017 г. и одобренного Ученым советом филиала (протокол № 31 от 28 февраля 2017 г.).

Адаптированная образовательная программа высшего образования для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (далее АОПВО), реализуемая Тульским филиалом Финуниверситета (далее - Филиал) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»), разработана на основании следующих нормативных документов:

- Закона РФ от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закона РФ от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации" (с изменениями на 29.12.2015);
- Закон РФ от 03.05.2012 № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов»;
- Закон РФ от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов»;
- Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013 - 2020 гг, утвержденная Распоряжением

Правительством РФ от 15.05.2013 № 792-р;

- Постановление Правительства РФ от 01.12.2015 № 1297 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011 - 2020 гг.»;

- Приказа Минобрнауки России от 19.12.2013 N 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";

- О внесении изменения в Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 сентября 2012 года № 1061 «Об утверждении перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования» от 25 марта 2015 года №270;

- «Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 N АК-44/05вн);

- Образовательный стандарт высшего образования Финансового университета по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень - бакалавриат), утвержденный приказом Финуниверситета от 30 декабря 2014 года № 2571/о;

- Локальные акты Филиала, регламентирующие ведение образовательной деятельности.

Адаптированная основная профессиональная программа высшего образования (АОПВО) бакалавриата имеет своей целью развитие у студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов личностных качеств и формирование компетенций в соответствии с действующим образовательным стандартом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Инклюзивное образование - обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей Закона РФ от 29.12.2012г. № 273-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 24.07.2015 «Об образовании в Российской Федерации»)

Инвалид - лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты (ФЗ от 24 ноября 1995 г. № 181 -ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»),

Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья - физическое лицо, имеющее недостатки в физическом и (или) психологическом

развитии, подтвержденные психолого-медико- педагогической комиссией и препятствующие получению образования без создания специальных условий.

Адаптированная образовательная программа высшего образования (АОПВО) - образовательная программа высшего образования, адаптированная для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Адаптационный модуль (дисциплина) - это элемент адаптированной образовательной программы высшего образования, направленный на индивидуальную коррекцию учебных и коммуникативных умений и способствующий социальной и профессиональной адаптации обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Индивидуальная программа реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида - комплекс оптимальных для инвалида реабилитационных мероприятий, включающий в себя отдельные виды, формы, объемы, сроки и порядок реализации медицинских, профессиональных и других реабилитационных мер, направленных на восстановление, компенсацию нарушенных функций организма, формирование, восстановление, компенсацию способностей инвалида к выполнению определенных видов деятельности. ИПРА инвалида является обязательной для исполнения соответствующими органами государственной власти, органами местного самоуправления, а также организациями независимо от организационно- правовых форм и форм собственности.

Индивидуальный учебный план - учебный план, обеспечивающий освоение образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося.

Специальные условия для получения образования - условия обучения, воспитания и развития обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруд-

нено освоение образовательных программ инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Возможность использования в своей практике современных образовательных технологий позволяет выпускникам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью самостоятельно обучаться и расширять область применения своих знаний.

Нормативный срок освоения АОПВО - 4 года. Сроки освоения образовательной программы бакалавриата по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения увеличиваются не менее чем на 6 мес. и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по **очной** форме обучения.

Обучающиеся с ОВЗ могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен на 1 год по личному заявлению студента.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов срок получения образования по индивидуальному плану может быть продлен, но не более чем на один год по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы обучения.

Общая трудоемкость освоения АОПВО студентом с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья - 240 зачетных единиц. Трудоемкость адаптированной профессиональной образовательной программы по **очной** форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения АОПВО

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании и продемонстрировать необходимый уровень подготовки по предметам, предусмотренным перечнем вступительных испытаний.

Инвалид при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет индивидуальную программу реабилитации или абилитации инвалида (ребенка-инвалида) с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов труда.

Лицо с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащее информацию о необходимых специальных условиях обучения.

Сопровождение вступительных испытаний в вузе для абитуриентов с ОВЗ и инвалидов

Филиал обеспечивает проведение вступительных испытаний для поступающих из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов (далее вместе - поступающие с ограниченными возможностями здоровья) с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее индивидуальные особенности).

В Филиале созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа поступающих с ограниченными возможностями здоровья в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

При поступлении в вуз абитуриенты с ОВЗ, не имеющие результатов Единого государственного экзамена, могут самостоятельно выбрать, сдавать ли им вступительные испытания, проводимые Филиалом самостоятельно, или Единый государственный экзамен в дополнительные сроки. При выборе абитуриентом - инвалидом вступительных испытаний, проводимых Филиалом самостоятельно, создаются специальные условия, включающие в себя возможность выбора формы вступительных испытаний (письменно или устно), возможность использовать технические средства, помощь ассистента, а также увеличение продолжительности вступительных испытаний.

Инвалид при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет индивидуальную программу реабилитации инвалида с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов труда. Лицо с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащее информацию о необходимых специальных условиях обучения.

Вступительные испытания для поступающих с ограниченными возможностями здоровья проводятся в отдельной аудитории.

Число поступающих с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории не должно превышать:

- при сдаче вступительного испытания в письменной форме - 12 человек;
- при сдаче вступительного испытания в устной форме - 6 человек.

Допускается присутствие в аудитории во время сдачи вступительного испытания большего числа поступающих с ограниченными возможностями здоровья, а также проведение вступительных испытаний для поступающих с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с иными поступающими, если это не создает трудностей для поступающих при сдаче вступительного испытания.

Допускается присутствие в аудитории во время сдачи вступительного испытания ассистента из числа работников Филиала или привлеченных лиц, оказывающего поступающим с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с преподавателями, проводящими вступительное испытание).

Продолжительность вступительного испытания для поступающих с ограниченными возможностями здоровья увеличивается по решению Филиала, но не более чем на 1,5 часа.

Поступающим с ограниченными возможностями здоровья предоставляется в доступной для них форме информация о порядке проведения вступительных испытаний.

Поступающие с ограниченными возможностями здоровья могут в процессе сдачи вступительного испытания пользоваться техническими средствами, необходимыми им в связи с их индивидуальными особенностями.

При проведении вступительных испытаний обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей поступающих с ограниченными возможностями здоровья:

1) для слепых:

- задания для выполнения на вступительном испытании оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту;

- поступающим для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

2) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- поступающим для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- задания для выполнения, а также инструкция по порядку проведения вступительных испытаний оформляются увеличенным шрифтом;

3) для глухих и слабослышащих обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

4) для слепоглухих предоставляются услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

5) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих вступительные испытания, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме (дополнительные вступительные испытания творческой и (или) профессиональной направленности, вступительные испытания при приеме в магистратуру - по решению организации);

б) для лиц с нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

Специальные условия, указанные предоставляются поступающим на основании заявления о приеме, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

Филиал может проводить для поступающих с ограниченными возможностями здоровья вступительные испытания с использованием дистанционных технологий.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются: экономическая деятельность хозяйствующих субъектов, консалтинг маркетинговых исследований, рекламная деятельность, логистика, ритейл и др.

Основными видами профессиональной деятельности выпускника АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» являются: управленческая деятельность на низшем уровне организаций;

расчетно-аналитическая деятельность по обоснованию управленческих решений; деятельность, носящая прикладной исследовательский характер.

Программа направлена на подготовку кадров, готовых принимать участие в развитии производства и сферы услуг, в выборе и изменении товарного ассортимента, в разработке системы управления качеством, в обеспечении эффективности предпринимательской деятельности, а также в области управления товарной и ценовой политикой, системой сбыта, маркетинговой логистикой и маркетинговыми коммуникациями в условиях конкуренции и глобализации социально-экономических процессов.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

АОПВО должна обеспечить формирование у обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов компетенций, установленных соответствующими федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг». В соответствии с ФГОС ВО выпускник, освоивший данную программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

общенаучными компетенциями:

- способностью использовать основные научные законы в профессиональной деятельности (ОНК-1);
- владением культурой мышления, способностью к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (ОНК-2);

инструментальными компетенциями:

- владением нормами русского литературного языка в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций (ИК-1);
- способностью работать на компьютере с использованием современного общего и профессионального прикладного программного обеспечения (ИК-2);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения и обработки информации (ИК-3);
- способностью оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы (ИК-4);

- способностью применять методики расчетов и основные методы исследований (ИК-5);
- способностью применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения и учебной деятельности (ИК-6);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ИК-7);
- владением методами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ИК-8);
- владением основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ИК-9);

социально-личностными компетенциями:

- способностью и готовностью к продолжению образования и к самообразованию (СЛК-1);
- готовностью к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении (СЛК-2);
- способностью предлагать и обосновывать варианты управленческих решений (СЛК-3);

системными компетенциями:

- способностью применять полученные знания на практике (СК-1);
- способностью анализировать, обобщать и систематизировать информацию (СК-2);
- способностью к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (СК-3);

профессиональными компетенциями направления:

- владением основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению (ПКН-1);
- способностью применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-2);
- способностью применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты (ПКН-3);
- владением основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач (ПКН-4);
- владением методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (ПКН-5);

- способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию (ПКН-6);
- способностью анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов (ПКН-7);
- способностью выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов (ПКН-8);
- владением методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией (ПКН-9);
- владением основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений (ПКН-10);
- умением анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11);
- способностью выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-12).

Общенаучные, инструментальные, социально-личностные, системные и профессиональные компетенции направления формируются, в основном, дисциплинами базовой части образовательной программы.

Вариативная часть образовательной программы формирует, в основном, **профессиональные компетенции программы** обучающихся (установлены Финансовым университетом совместно с работодателями:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (**ПКП-1**);
- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (**ПКП- 2**);
- способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (**ПКП-3**);
- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать совре-

менные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4); способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

Содержание и организация образовательного процесса при реализации АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» регламентируется комплексом учебно-методической документации, регламентирующей содержание, организацию и оценку качества подготовки обучающихся и выпускников с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов по направлению подготовки (специальности) высшего образования, включая учебный план, календарный график, рабочие программы модулей (дисциплин), определяет объем и содержание образования по направлению подготовки, планируемые результаты освоения образовательной программы, специальные условия образовательной деятельности.

Календарный учебный график (Приложение 1)

В графике указывается последовательность реализации АОПВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Учебный план подготовки бакалавра (Приложение 2)

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения блоков, разделов АОПВО, учебных дисциплин, модулей и практик, обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

Для каждой дисциплины, модуля, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Особенности реализации АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» реализуется в 3 блоках. Первый блок включает содержательные модули и дисциплины. Второй блок – практики и НИР, третий – государственная итоговая аттестация.

Модули первого блока относятся к базовой (три модуля) или вариативной части (три модуля).

Модули базовой части:

Дисциплины **социально-гуманитарный модуль** реализуются в 1-4 семестре первого и второго года обучения.

Дисциплины **модуля математики и информатики (информационного модуля)** реализуются в 1-3 и 7 семестре первого, второго и четвертого года обучения.

Дисциплины **модуля общепрофессиональных дисциплин направления** реализуются в 1-3 и 7-8 семестрах первого, второго и четвертого года обучения.

Модули вариативной части:

Дисциплины **модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала** реализуются во 1-3 и 5-6 семестрах первого, второго, третьего года обучения.

Дисциплины **модуля профиля** реализуются в 4-9 семестре второго, третьего и четвертого года обучения.

Дисциплины **модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля** реализуются в 3-9 семестре первого, второго, третьего, четвертого и пятого года обучения. Данный блок включает и адаптационные специализированные адаптационные дисциплины по выбору.

Освоение специализированных адаптационных дисциплин (модуль дисциплин по выбору, углубляющий освоение профиля)

При реализации образовательной программы филиал обеспечивает для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, исходя из индивидуальных потребностей, возможность освоения специализированных адаптационных дисциплин (модуль дисциплин по выбору, углубляющий освоение профиля):

- социальная адаптация в вузе,
- адаптация выпускников к рынку труда.

Проведение учебных занятий по физической культуре и спорту

Образовательная программа включают в себя учебные занятия по физической культуре и спорту. Порядок проведения и объем указанных занятий при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья устанавливается в соответствии с их реабилитационными картами.

В Филиале создаются группы здоровья с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающихся с ОВЗ. Занятия проводятся в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (адаптивная)».

Проведение текущей и итоговой аттестации с учетом особенностей нозологий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся могут создаваться фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

5. Аннотации рабочих программ дисциплин по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

Адаптация выпускников к рынку труда

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Цель дисциплины «Адаптация выпускников к рынку труда» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций: способность применять полученные знания на практике (СК-1); готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдение этических норм в межличностном профессиональном общении (СЛК-20).

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Адаптация выпускников к рынку труда» является дисциплиной по выбору для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание: Адаптация как условие трудоустройства выпускников на рынке труда. Виды трудовой адаптации. Стадии и факторы процесса трудовой адаптации.

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (адаптивная)

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Цель дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (адаптивная) - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций: владение методами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ИК-8).

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (адаптивная) является факультативной дисциплиной для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание: Лечебная физическая культура как средство реабилитации человека. Частные методики ЛФК при распространенных заболеваниях у студентов. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Порядок и формы освоения дисциплин «Адаптивная физическая культура» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по очно-заочной форме обучения предполагают лекционные часы, а также практические занятия с преподавателем, предполагающие консультирование студентов по самостоятельному освоению дисциплин и корректировке комплекса упражнений с учетом нозологий.

Социальная адаптация в вузе

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Цель дисциплины «Социальная адаптация в вузе» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций: способностью и готовностью к продолжению образования и к самообразованию (СЛК-1); готовностью к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении (СЛК-2).

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Социальная адаптация в вузе» является дисциплиной по выбору для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание: Социальная адаптация. Факторы адаптации. Способы профессионального выполнения работ.

Безопасность жизнедеятельности

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучаю-

щихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Система «человек-среда обитания». Техногенные опасности и защита от них. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Безопасность при террористических актах. Антропогенные опасности и защита от них. Управление и правовое регулирование безопасности жизнедеятельности. Чрезвычайные ситуации, общие сведения и классификация. ЧС на потенциально-опасных объектах. Государственное управление защитой населения и территорий в ЧС. Система гражданской обороны, ее роль и задачи в современных условиях. Чрезвычайные ситуации природного характера, их характеристика. Чрезвычайные ситуации социального характера. Обеспечение безопасности при ЧС террористического характера. Особенности некоторых ЧС экстремального характера. Современные средства поражения, последствия их применения. Основные принципы и мероприятия по защите населения в ЧС. Обучение населения, подготовка формирований. Организация и проведение эвакуационных мероприятий. Укрытие населения в защитных сооружениях. Использование средств индивидуальной защиты. Основы организации и проведения аварийно-спасательных и других неотложных работ (АСиДНР). Первая медицинская помощь при неотложных состояниях и несчастных случаях. Понятие о шоке, признаки шока, простейшие противошоковые мероприятия. Экономическая безопасность. Международное сотрудничество в области безопасности и охраны окружающей среды.

Иностранный язык

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность применять знания иностранного языка на уровне достаточном для межличностного общения и учебной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Иностранный язык» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Аудирование и чтение. Говорение. Письмо. Контакты в ситуациях повседневного делового общения. Общение по телефону. Рынок. Рабочий день делового человека. Проведение переговоров. Устройство на работу. Составление резюме. Деловая переписка. Презентация.

Право

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Право» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Понятие и признаки права. Сущность права. Принципы и функции права. Формы (источники) права. Система права. Основные отрасли российского права. Нормы права. Основные виды правовых норм. Правовые отношения: понятие, признаки, структура и состав. Классификация правоотношений. Происхождение государства и права, их взаимосвязь. Понятие, сущность и признаки государства. Государственная власть, ее институты и разделение властей. Формы государства. Политический режим и его виды. Функции государства. Формы и методы осуществления функций государства. Государственные органы: понятие, признаки, виды. Понятие конституционного права как отрасли российского права. Конституционно- правовые нормы. Конституционно-правовые отношения. Источники конституционного права. Конституция: понятие, сущность, функции. Виды конституций. Развитие конституционного законодательства в России. Основы конституционного строя Российской Федерации. Основные конституционные

начала организации российского общества. Конституционный статус личности. Гражданство Российской Федерации. Основы конституционного статуса иностранцев, лиц без гражданства, беженцев, вынужденных переселенцев. Система органов государственной власти Российской Федерации. Понятие административного права, его предмет, источники, субъекты и принципы. Система административного права. Характеристика административных правоотношений. Понятие административной ответственности и виды административных наказаний.

Философия

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Финансовый менеджмент» следующих компетенций:

- способность «Маркетинг» использовать основные научные законы в профессиональной деятельности;
- владение культурой мышления;
- способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Философия» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Философия, ее предмет и роль в обществе. Историко-философское введение. Философская мысль древней Индии и Китая. Генезис, эволюция и своеобразие античной философии. Человек и картина мира в средневековой философии. Западноевропейская философия эпохи Возрождения. Своеобразие и фундаментальные основания классической новоевропейской философии. Философия французского Просвещения в XVII веке. Классическая немецкая философия как завершение новоевропейской философской классики. Сущность и специфика философии марксизма. Русская философия. Современная западная философия. Философская онтология бытия. Материя и формы ее существования. Происхождение и сущность сознания. Теория познания. Процесс познания, его структура и специфика. Формы и методы научного познания. Диалектика. Диалектика как наука о всеобщей связи и развитии. Законы и категории диалектики философская антропология. Проблема человека, сущность и содержание. Социальная философия.

фия. Социальная философия как наука. Система «общество-природа». Глобальные проблемы современности. Общество как система и исторический процесс. Проблема типологии истории. Философия экономики.

История

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность использовать основные научные законы в профессиональной деятельности;
- владение культурой мышления;
- способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «История» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Общие тенденции и закономерности развития экономической истории История становления и развития социально-экономических систем и цивилизаций Закономерности, особенности и этапы развития отдельных стран и регионов История опыта и способов трансформации экономических систем История экономических институтов История развития сфер хозяйственной деятельности и народнохозяйственных комплексов История производственно-технических и технологических основ экономики Экономическая историография Наука экономической истории в советский период. Этапы развития. Особенности развития. Состояние экономической истории в условиях современной России. Основные направления развития науки. Проблемы связанные с экономическими связями России и странами Европы.

Введение в специальность

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- способность и готовность к продолжению образования и к самообразованию;

- готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Введение в специальность» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Характеристика образовательной программы бакалавриата (в соответствии с ОП, осваиваемой студентом): направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг». Финансовый университет – образовательная организация. Сущность, содержание и роль (в соответствии с ОП, осваиваемой студентом): Маркетинг в современной системе управления экономикой. История Финансового университета: первые финансовые вузы Москвы (1919 –1946 гг.). История Финансового университета: создание МФИ и его развитие в 1946 – 1964 гг. История Финансового университета: экономическая реформа 1965 г. и обновление деятельности МФИ (1965 –1984 гг.). История Финансового университета: МФИ в годы перестройки (1985–1991гг.). Финакадемия в условиях формирования рыночной экономики. Финансовый университет – ведущий вуз в системе современного российского образования.

Информационные технологии в профессиональной деятельности

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность работать на компьютере с использованием современного общего и профессионального прикладного программного обеспечения;

- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения и обработки информации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является дисциплиной базовой части модуля математики и информатики (информационного модуля) дисциплин для направления подготовки 38.03.02

«Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Сетевые технологии в менеджменте. Компьютерные сети. Интернет-технологии в менеджменте. Основы Web- технологий. Моделирование и оптимизация бизнес - процессов. Технологии формирования управленческих решений. Корпоративные информационные системы. Управление знаниями и интеллектуальные технологии. Основные направления применения информационных технологий в сфере менеджмента.

Математика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы;
- способность применять методики расчетов и основные методы исследований;
- способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты;
- владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией.

Место дисциплины в структуре:

ООП - дисциплина «Математика» является дисциплиной базовой части модуля математики и информатики (информационного модуля) дисциплин для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Матрицы и определители. Системы линейных уравнений. Неотрицательные матрицы и модели Леонтьева. Множества и прямое произведение. Теория графов. Теория пределов. Дифференциальное исчисление функций одной переменной. Интегральное исчисление функций одной переменной. Дифференциальное исчисление функций нескольких переменных. Ряды.

Анализ данных

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность применять методики расчетов и основные методы исследований;
- способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Методы оптимальных решений» является дисциплиной базовой части модуля математики и информатики (информационного модуля) дисциплин по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Введение в анализ данных. Основы выборочного метода. Оценка параметров распределения. Проверка статистических гипотез. Статистический анализ связей. Дисперсионный анализ.

Компьютерный практикум

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность работать на компьютере с использованием современного общего и профессионального прикладного программного обеспечения;
- способность применять методики расчетов и основные методы исследований;
- способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные математические результаты.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Компьютерный практикум» является дисциплиной базовой части модуля математики и информатики направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Работа в MS Word – технология создания документа, приемы редактирования, форматирования, работа с большими документами; основные приемы обработки числовой информации в MS Excel – использование функций, работа с элементами управления, инструментов анализа данных, поиск оптимальных решений и сводные таблицы для решения прикладных задач, создание макросов и пользовательских функций; подготовка презентаций в MS Power Point; совместная работа пользователей с использованием облачных технологий; использование MS Project для управления проектами.

Микроэкономика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения анализировать экономические ситуации и закономерности поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Микроэкономика» является базовой дисциплиной профессионального цикла дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования ОС ФУ по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат), программа «Маркетинг».

Краткое содержание дисциплины:

Введение в экономическую теорию. Институциональные основы функционирования рыночной экономики. Спрос, предложение и рыночное равновесие. Потребительское потребление. Издержки производства и прибыль. Совершенная конкуренция. Рыночные структуры несовершенной конкуренции. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Монополия. Рынки факторов производства и распределение доходов. Рынок труда и заработная плата. Рынок капитала. Рынок природных ресурсов. Трансакционные издержки. Риски, неопределенность, асимметрия информации. Теория внешних эффектов. Предпринимательство и фирма.

Макроэкономика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- овладение понятийным аппаратом современной экономической науки, позволяющее самостоятельно ориентироваться в сложных проблемах функционирования национальной экономики, формирование научного социально-экономического мировоззрения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Корпоративное управление и корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание дисциплины:

Введение в макроэкономический анализ. Развитие предмета и метода макроэкономики. Национальная экономика: структура и средства измерения результатов ее функционирования. Экономическое равновесие на товарных рынках. Модель AD-AS. Кейнсианская модель макроэкономического равновесия. Равновесие на денежном рынке. Совместное равновесие на рынках благ, денег и ценных бумаг. Модель IS-LM. Циклическое развитие экономики. Рынок труда и безработица. Теория инфляции. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Макроэкономическая политика государства в рыночной экономике. Финансовая система и бюджетно-налоговая политика государства. Денежно-кредитная политика государства. Экономический рост и динамическое равновесие в экономике. Доходы и благосостояние. Социальная политика государства. Макроэкономическое равновесие в открытой экономике. Макроэкономика как теоретическое осмысление практики. Современные школы макроэкономики. Новая институциональная наука. Развитие российской макроэкономической мысли. Макроэкономика XXI в.

Управление эффективностью и результативностью

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование комплексных знаний о концепции управления эффективностью и результативностью деятельности организации с использованием современных технологии достижения стратегических целей организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Корпоративное управление и корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Показатели эффективности и результативности бизнеса Метрики эффективности и результативности бизнеса Управление ценностью компании: показатели и методы. Value Based Management. Управление капитализацией компании. IPO. Комплементарные метрики: КРІ Комплементарные метрики: ССП.

Основы бизнеса

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования;
- способность применять полученные знания на практике.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы бизнеса» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Предпринимательство и его роль в экономике. Формы и виды предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея и ее выбор. Предпринимательская среда. Предпринимательский риск. Маркетинг - основной инструмент предпринимательства. Проектирование бизнес-модели. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

Организационное поведение

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у будущих бакалавров менеджмента современных фундаментальных знаний в области теории и практики формирования поведения работников и коллективов, их места в производственной деятельности, методах целенаправленного формирования поведения, обеспечивающего эффективную работу в организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Корпоративное управление и корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Менеджмент как особый тип научно-практического управления: понятие, значение, определение. Предмет и методы изучения менеджмента. Основные задачи менеджмента. Системный подход в изучении менеджмента. Основные этапы развития теории менеджмента как науки (истоки научного менеджмента, классическая школа менеджмента, бихевиоризм и школа человеческих отношений). Взаимосвязь теории менеджмента как науки и основы профессии.

Принципы менеджмента и их роль в становлении и развитии организации. Классификация принципов и их характеристика. Состав и содержание закономерностей менеджмента: дифференциация и интеграция деятельности, диверсификация, делегирование полномочий, роль человеческого фактора, иерархическое строение систем управления.

Общие понятия о зависимостях, закономерностях, законах и принципах организации. Законы организации и законы для организаций. Закон самосохранения. Факторы гибкости, самосохранения и устойчивости организации. Закон развития. Принципы статической организации. Принципы динамической организации. Принципы приоритета, соответствия. Принципы рационализации. Закон синергии. Условия возникновения и особенности синергетических процессов и синергетического эффекта.

Особенности закона информированности - упорядоченности. Закон единства анализа (синтеза). Анализ и синтез как элементы человеческого познания. Методы управленческого анализа и синтеза организации. Законы композиции и пропорциональности. Философия гармонии. Принципы закона.

Практика использования закона. Взаимосвязь законов организации. Специфические законы социальной организации.

Основные принципиальные модели организации в менеджменте. Общие понятия о структурах управления организациями. Механистические организационные структуры. Органические организационные структуры.

Основные параметры организационных структур и принципы их проектирования. Понятие «норма управляемости». Методы проектирования организационных структур управления. Области рационального применения организационных структур.

Функции и структура социальной роли личности в коллективе. Личностный потенциал персонала в современных условиях. Лидерство в организации. Теория харизматического лидерства. Понятие о стилях руководства. Понятие

«управленческое решение», его значение и определение. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Виды управленческих решений и их характеристика. Методы принятия решений. Понятие «технология управления». Процедура подготовки и принятия управленческих решений.

Причины объединения людей в группы. Формирование и развития группы.

Типы групп. Групповые нормы. Их роль в групповом поведении. Групповая динамика. Командообразование как создание специальной разновидности формальной группы под конкретную задачу, проект

Роль мотивации в поведении. Содержательные теории мотивации

Процессуальные теории мотивации. Факторы, влияющие на мотивацию работников. Оценка результатов деятельности сотрудников. Механизм мотивации персонала. Особенности мотивации инновационной деятельности

Конфликты и их роль в развитии организации. Причины конфликтов. Типы конфликтных личностей. Правила поведения в условиях конфликта. Методы разрешения конфликтных ситуаций. Стрессы и методы борьбы с ними.

Природа изменений в организации. Влияние внешней и внутренней среды на изменения в организации. Основные проблемы при изменениях в организации. Природа сопротивления, формы и методы борьбы с сопротивлением. Ответственность и стимулирование. Определение и роль организационной культуры. Типы организационной культуры и методы ее формирования (культура власти, культура роли, культура задачи, культура личностей). Значение культуры в управлении организационным поведением. Сущностная характеристика культуры организации. Модели организационной культуры.

Стратегический менеджмент

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы;
- способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации;
- владение навыками стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации;

- способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Стратегический менеджмент» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Стратегия и стратегический менеджмент. Видение, миссия и стратегические цели организации. Корпоративные и конкурентные стратегии. Стратегический анализ внешней среды. Стратегический анализ внутренней среды. Портфельный анализ диверсифицированной компании. Стратегический выбор. Разработка стратегии. Реализация стратегии. Управление стратегическими изменениями.

Теория и история менеджмента

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей;
- владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению;
- способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Теория и история менеджмента» является дисциплиной базовой части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Предшественники научного менеджмента. Основные теоретические направления менеджмента в период развития промышленного капитализма (конец XIX - первая половина XX в.). Развитие теории менеджмента в период перехода от индустриального к постиндустриальному обществу (середина XX в. - конец XX в.). Современные концепции менеджмента (тенденции теории и практики менеджмента в постиндустриальную эпоху). Вклад практиков бизнеса в развитие

теории менеджмента. Особенности управления и управленческой мысли в России. Эволюция системы бизнес-образования.

Теория организации

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению;
- владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач;
- способность предлагать и обосновывать варианты управленческих решений.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Теория организации» является дисциплиной цикла общепрофессиональных дисциплин по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Организация как сложная социальная система. Эволюция теории организации. Законы и принципы организации. Структура организации. Внутренняя среда организации. Внешняя окружающая среда организации. Институционально-базовые основы отношений в организации. Влияние социальной макросреды на формирование организационного поведения. Организационная культура. Личность в организации: психологические характеристики и ценности. Личность в организации: установки по отношению к работе и организации. Группы в организации. Лидерство в организации. Коммуникации в организации.

Гражданское право

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов знаний, умений и навыков научной деятельности в области юриспруденции, правовой культуры, а также способности объективно анализировать происходящие процессы в российской юридической действительности, оценивать новации в гражданском законодательстве, определять задачи профессиональной деятельности и научных изысканий.

Место дисциплины в структуре ООП:

дисциплина «Гражданское право» является дисциплиной цикла общепрофессиональных дисциплин по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг".

Краткое содержание:

Гражданское право как отрасль права; источники гражданского права; гражданские правоотношения; граждане (физические лица) как субъекты гражданского права; юридические лица; участие российской федерации, субъектов российской федерации, муниципальных образований в отношениях, регулируемых гражданским законодательством; объекты гражданских правоотношений; сделки; представительство; сроки в гражданском праве, исковая давность; общие положения о праве собственности и других вещных правах; субъекты права собственности; общая собственность; особенности права собственности и других вещных прав на землю и на жилые помещения; защита права собственности и других вещных прав; понятие, стороны и основания возникновения обязательств; исполнение обязательств. изменение и прекращение обязательств; способы обеспечения исполнения обязательств; гражданско-правовой договор как основание возникновения обязательств; гражданско-правовая ответственность; обязательства а по передаче имущества в собственность или иное вещное право; обязательства по передаче имущества в пользование; обязательства по выполнению; обязательства по возмездному оказанию услуг; транспортные и экспедиционные обязательства; обязательства, возникающие из заемных и кредитных отношений; банковские обязательства; хранение; обязательства, возникающие из гражданских правоотношений в области страхования; обязательства, возникающие из действий в пользу третьих лиц; иные виды договорных обязательств. публичное обещание награды; публичный конкурс. проведение игр и пари; внедоговорные обязательства; основные понятия наследственного права; наследование по завещанию и по закону; приобретение наследства; наследование отдельных видов имущества; понятие интеллектуальной собственности и интеллектуальных прав; распоряжение исключительным правом; организации по управлению исключительными правами на коллективной основе; государственное регулирование отношений в сфере интеллектуальной собственности, защита интеллектуальных

прав; особенности правового регулирования отдельных видов интеллектуальной собственности.

Управленческий учет и анализ

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы;
- владение основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений;
- способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес - планирования.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управленческий учет и анализ» является дисциплиной цикла общепрофессиональных дисциплин по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Основы управленческого учета. Концепции и терминология классификации издержек. Калькулирование себестоимости услуг. Методика и организация управленческого учета доходов и расходов. Бюджетирование и контроль затрат.

Методы принятия управленческих решений

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование теоретической базы знаний и приобретение практических навыков по применению математических методов используемых в принятии управленческих решений, в планировании и прогнозировании различных бизнес-процессов;
- углубление теоретических знаний о современных проблемах государственного и муниципального управления, исследуемых средствами математического моделирования.

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» входит в модуль общепрофессиональных дисциплин по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат), программа Маркетинг.

Краткое содержание дисциплины:

Процесс принятия решений, основные этапы. Организационные аспекты процесса разработки и принятия управленческих решений. Базовые понятия и определения. Задачи принятия управленческих решений. Классификация задач и методов принятия управленческих решений. Математическое моделирование, принятие решений на основе математических моделей. Макроэкономические и микроэкономические модели в теории принятия решений, примеры типовых моделей. Общая задача оптимального (математического) программирования, основные элементы и понятия. Общая классификация задач оптимального программирования и методов их решения. Задача линейного программирования (ЗЛП), различные формы записи. Графическое решение задачи линейного программирования, особые случаи решения ЗЛП. Основы симплекс-метода, исследование случаев неразрешимости. Двойственность в линейном программировании. Теоремы двойственности и их использование в нахождении оптимальных решений. Свойства двойственных оценок и практика их применения в решении финансово-экономических задач оптимизации. Специальные задачи линейной оптимизации. Классическая транспортная задача, ее модификации. Задача о назначениях, особые случаи задачи о назначениях. Реализация оптимизационных моделей средствами MS Excel. Оптимизация на графах. Сетевые методы и модели планирования и управления. Расчет основных характеристик сетевых моделей. Сведения о компьютерной реализации сетевых методов и моделей. Эконометрические методы принятия решений, применение эконометрического метода в задачах прогнозирования. Методы выявления тенденций во временных рядах. Выбор формы кривой роста (аппроксимирующей функции) и оценка ее параметров методом наименьших квадратов. Оценка адекватности и точности модели (кривой роста). Прогнозирование на основе кривой роста, точечный и интервальный прогнозы. Адаптивные методы прогнозирования. Методы управления запасами. Основные системы управления запасами. Постановка и основные параметры задачи управления запасами. Методы теории массового обслуживания. Основные понятия и характеристики. Общее понятие о марковских процессах и системах массового обслуживания (СМО). Неопределенность в управленческих решениях. Критерии принятия решений в условиях неопределенности. Игровой подход к решению задач принятия решений, игры с природой. Примеры применения. Экспертные методы принятия решений. Способы измерения объектов и методы обработки информации, получаемой от экспертов.

Проектный менеджмент: базовый курс

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование аналитических и практических компетенций в области управления анализом, разработкой и реализацией проектов различного масштаба и уровня сложности.

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина базовой части, модуля общеобразовательных дисциплин направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", программа «маркетинг».

Краткое содержание:

Понятие проекта. Характеристики проектов: направленность на достижение целей; координированное выполнение взаимосвязанных действий; ограниченная протяженность во времени; уникальность. Категории проекта: чистые проекты в сфере исследований и разработок, проекты по оборудованию и системам, организационные проекты и проекты по обработке данных по инвестиционным проектам. Управление проектом. Основные ограничения, накладываемые на проект: время, бюджет и качество работ. Методы построения и контроля календарных графиков работ. Методы формирования финансового плана (бюджета) проекта. Методы управления человеческими и материальными ресурсами. Методы управления качеством работ. Жизненный цикл проекта. Стадии жизненного цикла проекта в зависимости от сферы деятельности и принятой системы организации работ. Традиционное разбиение проекта на четыре крупных этапа: формулирование проекта, планирование, осуществление и завершение. Критерии успешных проектов. Общая готовность к изменениям. Культура конфликтов. Личная ответственность сотрудников проекта. Культура доверия. Отсутствие иерархии. Коммуникационная и информационная культура. Организационная структура, команда проекта и менеджер проекта. Работа над проектом как дополнительная задача. Классическая организация проекта ("предприятие в предприятии"). Смешанные формы. Устранение препятствий в работе над проектом. Инструменты для проектного менеджмента. Описание проекта. Структурный план проекта. Техника творчества: общие психологические механизмы для рождения идей; метод мозгового штурма; морфологическое табло. Проектный контроллинг.

Профессиональный иностранный язык

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- практических навыков, необходимых для осуществления профессиональной деятельности на иностранном языке, на основе развитого правового мышления и правовой культуры;
- расширение знаний студентов о стране изучаемого языка в области нормативно-правовых актов и формирование навыков работы с юридическими документами на иностранном языке;
- совершенствование культуры общения в профессиональной сфере;
- формирование у студентов уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Профессиональный иностранный язык» является дисциплиной вариативной части модуля дисциплин, инвариантных для направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», отражающих специфику филиала.

Краткое содержание:

Конечный уровень владения обучающимися иностранным языком соответствует, согласно «Европейской системе уровней владения иностранным языком», параметрам уровня В1-В2 - «Самостоятельное владение, В1 - Пороговый уровень / В2 - Пороговый продвинутый уровень».

Деловое общение в профессиональной деятельности

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение нормами русского литературного языка в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций;
- владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач;

- способность выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Деловое общение в профессиональной деятельности» является дисциплиной по выбору студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Основы делового общения. Деловое общение и его разновидности. Технологии эффективного общения. Психология влияния. Основы публичного выступления и самопрезентации. Постановка голоса и речи, публичная речь. Телефонный этикет. Имидж делового человека.

Теория политики

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей;
- способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Теория политики» является дисциплиной базовой части социально-гуманитарного модуля направления 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», отражающих специфику филиала.

Краткое содержание:

Политика как социальное явление. Объект и предмет политической науки. Становление политологии как самостоятельной научной и учебной дисциплины. Основные этапы развития политической мысли. Социальный порядок и власть. Понятие «власть». Структура политической власти. Субъект власти. Политической господство как форма институализации власти. Понятие легитимности власти. Понятие политическая элита. Типология элит. Понятие политическое лидерство. Понятие «политическая партия» и ее отличительные признаки. Функции партий в политической системе общества. Сущность выборов, их виды и функции. Принципы организации и проведения выборов. Сущность и структура поли-

тического сознания. Современная идеологическая ситуация в России. Политическая психология и ее составляющие. Сущность политической культуры. Специфика российской политической культуры.

Теоретическая социология

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование научного мировоззрения и социологического представления о социальных особенностях, явлениях и процессах современного общества.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Теоретическая социология» относится к инвариативному модулю дисциплин, отражающих специфику филиала по направлению 38.03.02 - «Менеджмент».

Краткое содержание:

Теоретическая социология как наука. Структура социологии. История западной и отечественной социологии. Социальная структура общества и его стратификация. Социальные изменения, процессы и мобильность. Человек, индивид и личность. Основные этапы социализации личности. Программа и методы социологических исследований в современном обществе.

Системный анализ и моделирование в управлении

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией;

- владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей;

- способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Системный анализ и моделирование в управлении» является

дисциплиной вариативной части модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Основные понятия теории систем и системного анализа. Гносеологические основы системного подхода. Этапы системного анализа и моделирования в менеджменте. Основы системного анализа социально-экономических процессов. Основы моделирования экономических процессов и процессов управления. Анализ государства как системы. Моделирование основных процессов в менеджменте.

Бухгалтерский, финансовый учет и отчетность

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- владение основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Бухгалтерский, финансовый учет и отчетность» является дисциплиной модуля инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа: «Маркетинг».

Краткое содержание дисциплины:

Основы организации бухгалтерского финансового учета. Учет внеоборотных активов. Учет финансовых вложений. Учет денежных средств организации. Учет материально-производственных запасов. Учет труда и расчетов с персоналом организации. Учет расходов организации. Учет готовой продукции, и ее продажи. Учет расчетов и текущих обязательств. Учет финансовых результатов. Учет собственного капитала и целевого финансирования. Финансовая отчетность.

Финансы, денежное обращение и кредит

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей;
- владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению;
- владение навыками стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Финансы, денежное обращение и кредит» является дисциплиной вариативной части модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание: Деньги и кредит. Необходимость денег и кредита. Деньги как экономическая категория, эволюция форм и видов денег. Кредит как экономическая категория, эволюция форм и видов кредита. Деньги и кредит в сфере национальной экономики и международных экономических отношений. Платёжный оборот и современная платёжная система. Банковский кредит, его границы и эффективность. Кредитная и банковская системы. Деятельность кредитных организаций и банковские риски. Деятельность центральных банков и государственная денежно-кредитная политика. Финансы. Сущность финансов, их назначение. Современная финансовая система Российской Федерации. Финансовая политика. Основы управления финансами.

Управление персоналом организации

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о различных стратегиях управления персоналом.
- ознакомление студентов с системой деловой оценки результатов деятельности и развития персонала организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление персоналом организации» является дисциплиной вариативной части модуля профиля направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", программа "Финансовый менеджмент".

Краткое содержание:

Предмет, содержание и задачи дисциплины. Стратегия управления персоналом. Технологии подбора, отбора, приема и адаптации персонала в организации. Система деловой оценки результатов деятельности и развития персонала организации. Организация мотивации и стимулирования труда персонала. Система внутренних коммуникаций в организации. Оценка эффективности работы кадровой службы.

Управление маркетингом

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать стратегию ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры;
- способность разрабатывать стратегию ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры;
- способность предлагать и обосновывать варианты управленческих решений.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление маркетингом» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

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.

Маркетинговые исследования

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг" следующих компетенций:

- владение навыками стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации;
- способность оценивать тенденции и закономерности развития внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочной перспективе.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Планирование маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Использование выборочного метода сбора маркетинговой информации. Методы анализа маркетинговой информации. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях. Маркетинговые исследования товарных рынков. Маркетинговые исследования потребителей. Маркетинговые исследования товаров. Маркетинговые исследования цен и ценообразования. Исследование эффективности рекламы.

Маркетинговые коммуникации

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг;
- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами;
- готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Система маркетинговых коммуникаций. Организация системы коммуникаций на предприятии. Основные направления рекламной деятельности. Товарная реклама. Социально - психологические аспекты рекламы. Организация и управление рекламной деятельностью. Рекламные агентства. Связи с общественностью - PR. Основные направления PR. Паблицити как направленность PR. Формирование и защита имиджа предприятия. Спонсорство, благотворительность, меценатство. Лоббирование как особый вид ПР. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций. Личные продажи как эффективный фактор формирования модели покупательского поведения. Введение деловых переговоров и работа торгового агента. Стимулирование сбыта и продаж. Стимулирование сбыта и продаж. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

Управление продажами

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа "Маркетинг", заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений;

- способность разрабатывать стратегию ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры;

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление продажами» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Сущность управления продажами. Сбытовая стратегия организации. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями организации. Мотивация как важнейший компонент управления продажами. Управление ассортиментом при организации продаж.

Поведение потребителей

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений;

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные

методы продажи товаров и оказания услуг;

- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами;
- готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Маркетинговые методы исследования поведения потребителя. Культурные особенности восприятия потребителей, социальные и психологические факторы поведения потребителей. Группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйство. Процесс принятия решения о покупке, консюмеризм. Типы и модели покупательского поведения. Мотивация в поведении потребителя. История и методология воздействия на потребителей. Программы лояльности: инструмент управления отношениями с клиентами и способ оптимизации маркетинговых расходов. Особенности поведения потребителя на рынке B2B.

Финансовый менеджмент

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- изучение возможностей применения современных теорий и концепций финансового менеджмента при формировании финансовой стратегии и политики компании;
- изучение существующих подходов (отечественные и зарубежные) к управлению операционными активами, капиталом и стоимостью компании;
- изучение методического аппарата финансового менеджмента и возможности его применения на практике;
- подготовка студента к выбору подходов для принятия инвестиционных и финансовых решений в условиях риска и неопределенности;
- развитие стремления к дальнейшему самостоятельному познанию теории и практики финансового менеджмента.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Финансовый менеджмент» является дисциплиной базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Введение в финансовый менеджмент. Финансовое планирование и прогнозирование. Налоговая политика компании как фактор управления финансовыми потоками. Управление оборотными активами. Инвестиционные решения компании. Решения о финансировании деятельности компании. Выбор оптимальной структуры капитала компании. Формирование дивидендной политики компании. Управление стоимостью компании. Стратегические аспекты финансового менеджмента: слияния и поглощения.

Цены и ценообразование

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- способность разрабатывать стратегию ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры;
- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Цены и ценообразование» является дисциплиной базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Определение сущности стоимости на ранних этапах развития экономической науки. Стоимость и цена в теории представителей классической школы. Влияние теории маржинализма на развитие ценообразования. Теория цены и стоимости представителей кембриджской школы. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях. Экономические функции цен. Классификация методов ценообразования по трём группам. Виды экономи-

ческой политики для фирмы, обладающей существенным производственным потенциалом, поскольку мелкие фирмы не имеют экономической политики. Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую политику. Взаимосвязь экономической, маркетинговой и ценовой политики фирмы. Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса на товары: уникальность товара; затраты на переключение; затрудненность сравнений; оценка качества через цену; дороговизна товара; значимость конечного результата; возможность разделения затрат; мера «справедливости» цены; фактор создания запасов. Виды нормирования в экономике. Роль нормирования затрат в организации производства. Норма расхода (НР) сырья, комплектующих и других видов прямых затрат, включая энергоресурсы и топливо. Виды и области использования НР. Материальный баланс производства, как основа для расчёта НР. Нормирование затрат в себестоимости продукции или услуг. Виды, характеристики и области применения ценовых стратегий: конкурентного и ассортиментного ценообразования, а также дифференциации цен и потребителей. Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования. Обоснование государственного регулирования цен, исходя из функций цен, а также административного принципа ценообразования. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен в экономике. Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен.

Управление продуктом (продакт-менеджмент)

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения следующих компетенций:

- управления исследованиями, разработками и инновациями, способности рассматривать инновационный процесс в комплексе инструментария маркетинга на протяжении всего его развития и эффективно управлять им;
- владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации;
- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;

- способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление продуктом (продакт-менеджмент)» является дисциплиной базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Изучение потребностей клиентов. Исследование рынка (макроэкономические факторы, факторы успеха в отрасли, наличие конкурентов). Оценка потенциала рынка. Подготовка и защита бизнес-кейса по продукту (бизнес - планирование). Разработка стратегии и стратегических целей продукта / линии продуктов (сегментирование, позиционирование). Трансляция потребностей клиентов разработчикам продукта. Поиск решения проблемы клиента совместно с разработчиками. Неформальное управление рабочей группой по созданию продукта. Разработка спецификаций на продукт. Тестирование продукта. Координация закупок. Логистика. Разработка тактического плана вывода на рынок / поддержки продукта («4P»). Обучение отдела продаж, дистрибьюторов - Разработка всего спектра маркетинговых материалов. Реклама, PR. Неформальная координация отдела продаж. Выполнение квартального / годового плана продаж. Мерчандайзинг (этим занимается сам менеджер по продукту?). Контроль расходов и доходов продукта (отчет о прибылях и убытках — P&L). Разработка маркетинговых сообщений для клиентов. Сбор и анализ обратной связи по продукту. Анализ продаж и эффективности рекламы

Инновации и современные модели бизнеса

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по инновационному развитию бизнеса и коммерциализации инноваций.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Инновации и современные модели бизнеса» является дисциплиной базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Теория инноватики. Рынок инноваций. Факторы развития инноваций. Инновационный процесс. Инновационный цикл и его основные стадии. Инновационные проекты. Управление нововведениями. Организация инновационной деятельности. Современные модели бизнеса.

Культурология

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- ознакомить студентов с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрыть сущность основных проблем современной культурологии, дать представление о специфике и общих закономерностях развития мировых культур, характере и особенностях российской цивилизации;

- сформировать у студентов умение анализировать культурно - экономические системы, что расширяет их возможности при изучении экономической и финансовой деятельности той или иной цивилизации и ее культуры.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Культурология» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Предмет культурологии. Становление культурологической мысли. Культурологическое знание XIX–XX вв. Становление человеческой культуры. Культура цивилизаций Древнего мира. Культура античности. Культура Средневековой Европы и Византии. Актуальные проблемы современной культуры. Эпоха модерна (XIX–XX вв.). Динамика русской культуры и ее специфика. Культура Возрождения и Нового времени.

История экономических учений

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- сформировать исторический взгляд на эволюцию современной экономической теории.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «История экономических учений» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Предмет и структура дисциплины. Этапы становления и основные направления экономической мысли. Экономическая мысль Древнего мира и Средневековья. Меркантилизм и его особенности в разных странах. Возникновение и развитие классической политической экономии. Возникновение и становление неоклассического направления экономической мысли. Д. М. Кейнс и его теоретическая система регулирования экономики. Неокейнсианство и его современная эволюция. Неоклассическое направление в XX в. Неолиберализм. Монетаризм: возникновение и развитие. Институциональное направление экономической мысли. Новые проблемы в экономической теории конца XX в.-XXI в. Неоинституционализм конца XX — начала XXI в. Концепции лауреатов Нобелевской премии по экономике.

Технологии визуализации

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- получение базовых знаний и формирование основных навыков по методам выбора оптимальных способов отображения экономической информации в зависимости от исходных информационных требований;

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Технологии визуализации» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Понятие и значение инфографики. Основные авторы, публикации, ресурсы. Основные области применения. История инфографики: ранний период, «тёмные века», новейшая история. Манифест визуализации информации. Плотность данных. Показатели качества визуализации: «фактор лжи», соотношение данных и чернил. Основные уровни визуализации: аналитическая визуализация, коммуникативная визуализация, созидательная визуализация. Классификация методов визуализации. Методы представления данных: табличные и графические. Таблицы; правила оформления наглядных таблиц. Графические методы:

графики; диаграммы сравнения; диаграммы визуализации процесса; иллюстрации и картинки; деревья и структурные диаграммы; карты и картограммы. Визуальные аллегории. Мифы визуализации. Основные ошибки и заблуждения при построении графиков и диаграмм. Основные правила построения графиков и диаграмм. Процесс выбора диаграммы. Типы сравнения данных: покомпонентное, позиционное, временное, корреляционное и частотное. Матрица соответствия диаграмм типам сравнения данных Дж. Желязны. Основные правила использования диаграмм по типам сравнения. Готовые решения как самый простой вариант инструментов. Основные возможности MS Excel 2013: шаблоны, оформление, спарклайны. Облачная версия MS Excel - Google Spread sheets. Исследовательский проект лаборатории визуальной коммуникации компании IBM - Many Eyes: основные возможности, преимущества и недостатки. Линейка продуктов Tableau Software: основные возможности инструмента Tableau Public. Программирование для визуализации: язык Python; PHP, Processing. Интерактивная графика с помощью Flash и Action Script. Визуализация в браузере: HTML, Java, CSS. Иллюстрирование: Adobe Illustrator и Inscapе. Маппинг данных: карты Google, Yahoo и Microsoft. Понятие и назначение информационной панели руководителя. Основные элементы хорошей «приборной панели». Классификация информационных панелей. Ключевые факторы успеха Performance Dashboard. Критерии соответствия показателей для информационной панели. Понятие и назначение презентации. Процесс создания презентации. Особенности создания презентации о компании. Основные ошибки презентаций. Правило 10-20-30. Обзор рынка инструментов для построения презентаций: MS Power Point и Prezi.

Основы научного труда

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов навыков научной работы для проведения научных исследований, подготовки и написания выпускных квалификационных работ.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы научного труда» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Понятие, сущность, виды научного труда. Формы и методы научного труда. Этапы научно-исследовательской работы. Методология научного труда.

Подготовительный этап научно-исследовательской работы. Написание, оформление и защита научных работ.

Экономика общественного сектора

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов представлений об основах теории эффективного государства в современных экономических условиях;
- способность использовать основные научные законы в профессиональной деятельности;
- владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Экономика общественного сектора» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Основы экономики общественного сектора. Общественные блага: сущность, классификация, условия производства. Теории и концепции экономики общественного сектора. Государственный сектор: вопросы эффективности. Доходы общественного сектора. Расходы общественного сектора. Бюджетная система и бюджетная политика России.

Основы маркетинга

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Маркетинг как философия рынка. Маркетинговые исследования. Управление маркетинговой деятельностью. Комплекс маркетинга и инструменты его реализации. Международный маркетинг.

Ораторское искусство

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- обучение теоретическим и практическим основам риторики как целесообразного, воздействующего и гармонизирующего речевого поведения человека в различных ситуациях общения;

- владение нормами русского литературного языка в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникации;

- готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Ораторское искусство» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Ораторское искусство и современность. Становление ораторского искусства исторический экскурс - от античности к отечественной риторической культуре. Основы ораторского мастерства. Подготовка и реализация выступления (Оратория): этос-пафос-логос. Элокуция. Культура вербальной ораторской речи. Речь-описание. Особенности описания как типа текста. Общие принципы отбора и расположения материала - топосы, правила описания. Форма и композиция речи-описания. Использование тропов и фигур. Критерии оценки речи - описания. Повествование как тип текста. Речь-рассуждение. Понятие хрия. Разновидности хрий как способа доказательства или опровержения мысли.

Психология

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование научных знаний в области психологии;
- умения разбираться в своем внутреннем мире, в психике других людей;
- понимать социально-психологические закономерности деятельности людей.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Психология» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Психология как наука. Исторические этапы развития психологии. Психика и организм. Структура психики человека. Особенности психического отражения. Соотношение сознания и бессознательного. Познавательные процессы: ощущение, восприятие и представление, внимание и память, мышление и воображение. Понятие личности в психологии. Индивид, личность, субъект. Структура личности: темперамент, характер, способности, направленность. Эмоции как компонент психологической структуры личности. Психологические состояния человека. Понятие о деятельности. Активность как важнейшая характеристика психологического отражения личности. Психическая регуляция поведения и деятельности.

Регионалистика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов системы компетенций, связанных с пониманием общих закономерностей и типологических черт, устанавливаемых физической, социально-экономической географией, страноведением и регионалистикой, позволяющих анализировать экономические процессы на конкретной территории.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Регионалистика» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Общие вопросы регионалистики, основы экономического районирования, экономико-географическая характеристика регионов. Исторический опыт регионального развития России. Современное экономическое районирование России;

зональные группы регионов. Региональные программы. Теоретико-методологические основы регионалистики. Методы регионального регулирования развития регионов и межбюджетных отношений. Законодательная база территориального регулирования. Факторы и тенденции социально-экономического развития регионов.

Государственно-частное партнерство

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению;

- способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации;

- владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации;

- детальное изучение форм государственно-частного партнерства, применяемые как в РФ, так и в зарубежных странах, методов ГЧП, особенностей правового режима, критериев и условий реализации инновационно- инвестиционных проектов ГЧП, источников финансирования проектов.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Государственно-частное партнерство» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Определение, содержание, функции и принципы государственно-частного партнерства (ГЧП). История и текущее состояние развития рынка проектов ГЧП в Российской Федерации и в мире. Законодательные основы и нормативное регулирование отношений ГЧП в России и проблемы их развития. Организация подготовки проекта государственно-частного партнерства. Принципы и основы организации финансирования проектов ГЧП. Управление рисками при реализации проектов государственно-частного партнерства. Государственно - частное партнерство в социальной сфере и экономике. Финансовый механизм частно-государственного партнерства в системе государственного управления. Успешные практики реализации проектов ГЧП в России и за рубежом.

Основы налогообложения организаций

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- обладать базовыми теоретическими знаниями,
- уметь пользоваться российскими и международными нормативными документами и владеть знаниями ведения бухгалтерского, финансового учета, управленческого учета и формирования финансовой отчетности, анализа финансово - экономической деятельности экономических субъектов и проведения контрольных процедур.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы налогообложения организаций» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Налоги и их роль в современном обществе. Экономические основы налогообложения. Принципы налогообложения. Налоговая система государства. Налоговая политика государства. Акцизы. Налог на добавленную стоимость (НДС). Налог на прибыль организаций. Налог на имущество организаций. Налогообложение природопользования. Налог на доходы физических лиц. Налог на имущество физических лиц. Другие налоги и сборы.

Основы прикладной социологии

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- формирование знаний о прикладных основах социологических исследований в менеджменте;
- формирование умения квалифицированно применять на практике социологические знания, полученные в рамках дисциплины;

- овладение технологиями организации и проведения социологических исследований.

- способность выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов;

- владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией;

- способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы прикладной социологии» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Основы прикладной социологии как научная дисциплина. Зарождение прикладной социологии. Ее место в системе социальных наук. Взаимосвязь предметных областей прикладной социологии и экономики. Социологическое исследование. Содержание понятия. Место социологического исследования в структуре экономического знания. Виды социологических исследований. Основные компоненты методологии социологического исследования: программы, методы, методика, техника и процедура социологического исследования. Этапы организации и проведения социологического исследования. Программа – основной документ исследования. Отражение логики постановки и решения проблемы в программе социологического исследования. Функции рабочей программы. Общие требования, предъявляемые к программе. Определение цели и задач исследования. Последовательность выдвижения программных задач в зависимости от основной цели исследования. Определение основных понятий. Основные функции понятий в социологическом исследовании. Эмпирическая интерпретация понятий. Шкалирование в социологии. Типы шкал. Выдвижение рабочих гипотез. Методы сбора социологической информации (наблюдение, анализ документов, опрос и выборочный метод). Анализ данных и использование результатов исследования. Подготовка первичных данных к обработке. Системы кодирования документов и собранных данных. Основные процедуры анализа эмпирических данных: группировка, классификация, типологизация, поиск взаимосвязей между переменными.

Экономическая статистика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность составлять и анализировать финансовую, бухгалтерскую, статистическую отчетность с учетом международных стандартов и использовать их результаты для принятия управленческих решений;

- способность предлагать решения профессиональных задач в меняющихся финансово-экономических условиях;

- способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Экономическая статистика» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Основные категории и понятия статистики. Группировка статистических материалов. Статистические таблицы и графики. Абсолютные и относительные величины. Средние величины и показатели вариации. Статистическое изучение связей. Ряды динамики, их анализ. Элементы статистического прогнозирования. Индексы. Предмет, методы и задачи экономической статистики. Основные группировки и классификации в экономической статистике Система национальных счетов (СНС) – центральный раздел экономической статистики. Статистика населения. Статистика уровня жизни. Статистика рынка труда. Статистика национального богатства. Статистика материальных оборотных средств. Статистика производства продукции. Статистика издержек производства и себестоимости продукции. Статистика финансов организаций и предприятий. Статистика государственных финансов и налогов.

Маркетинговая логистика

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- представление о функционировании логистической системы организации, её роли в решении задач системной организации материальных потоков материальных, финансовых и информационных потоков между производителями и потребителями товаров и услуг;

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг;

- способность предлагать и обосновывать варианты управленческих решений

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинговая логистика» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Сущность понятия маркетинговая логистика. Взаимосвязь логистики и маркетинга. Распределение функций маркетинга и логистики. Содержание логистики маркетинга. Выполнение поставок – отдача от логистики маркетинга. Маркетинговый и сбытовой подход к управлению производством. Маркетинговая логистическая концепция. Направления применения маркетинговой логистики. Основные направления деятельности логистики при реализации маркетинговых стратегий. Координация и оперативное управление информационным потоком в интегрированных цепочках поставок. Электронные каналы маркетинга и дистрибуции. Взаимодействие логистики с производством, маркетингом и финансированием. Особенности взаимодействия и координации в логистике распределения. Взаимодействие в логистическом сервисе.

Рекламная деятельность

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- формирование теоретических и прикладных знаний, умений и навыков области рекламной деятельности на российских и международных рынках.;

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг;

- способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами
корректировку планов маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Рекламная деятельность» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Место рекламы в коммуникационной политике предприятия. Виды и средства распространения рекламы. Экономические, правовые и культурные аспекты рекламного бизнеса. Психологические аспекты воздействия рекламы. Организация рекламной деятельности.

Международный маркетинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать стратегию ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры;
- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Специфика международного маркетинга. Международные маркетинговые исследования и критерии выбора внешних рынков. Способы присутствия предприятия за рубежом. Ценообразование на международных рынках. Международная политика продукта. Международная коммуникационная политика. Патентно-

правовое обеспечение экспортных операций. Управление деятельностью предприятия в сфере международного маркетинга.

Маркетинг территорий

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- освоение современной концепции территориального управления, основанной на маркетинговом подходе, приобретения умений в использовании инструментария маркетинга территорий для принятия управленческих решений и формирование необходимых компетенций в профессиональной деятельности бакалавров;

- способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

- умение применять основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом, принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных (муниципальных) активов;

- способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг территорий» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Современная концепция маркетинга территорий. Маркетинговые исследования территорий. Принципы функционального зонирования территории. Комплекс маркетинга территорий. Сегментация, позиционирование, конкуренция в маркетинге территорий. Маркетинг территорий – как фактор социально-экономического развития территории. Маркетинг территорий как фактор повышения инвестиционной активности территории. Маркетинг территорий как фактор формирования благоприятного имиджа территории.

Мерчендайзинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики мерчендайзинга.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Мерчендайзинг» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Краткое содержание:

Конкурентные преимущества эффективного мерчендайзинга. Этапы формирования и тенденции развития Мерчендайзинга в России и за рубежом. Структура комплекса «Стимулирование сбытом». Управление продажами, прямой маркетинг, работа продавца-коммуникатора, реклама в местах продаж (Points of sale). Методы внутримагазинной рекламы. Информационное обеспечение POS продаж. Эффективность внутримагазинной рекламы. POS- коммуникации. Нормативная база осуществления мерчендайзинга. В курсе рассматривается понятие «стейкхолдер» (stakeholder). Управление поведением потребителя. Маркетинговые инструменты, влияющие на механизм покупки. Бихейвиористские теории. Психоанализ и бессознательные мотивы совершения покупки. Модель AIDA. Факторы, влияющие на изменения потребительских предпочтений. Особая роль уделена розничной торговли как субъекту управления мерчендайзингом. Цикл развития розничной торговли. Колесо ритейла в маркетинге (Wheel of Retailing Concept). Требования, предъявляемые к розничному торговцу. Имидж, тренинги, карьерный рост. Механизм управления потребительского поведения. Дисконтные и маркетинговые программы розничного торговца. Далее рассматриваются вопросы управления ассортиментом. Упаковка. Гарантии, сервисное, послепродажное обслуживание. Выкладка продуктов. Паллетная выкладка, паллетная обмотка. Характеристика ассортимента и управление в местах продаж. Понятие Уникальное Торговое Предложение (УТП - Unique Selling Proposition). Акции в поддержку отдельных брендов со стороны участников канала распределения. Стратегии «Push» и «Pull». Ассортиментная матрица розничного торговца и ассортиментный минимум. Принцип DPSM – Distribution, Pricing, Shelving, Merchandising. Особо уделено внимание местам продаж (Points of Sale) и требованиям, предъявляемым к их организации, а также сервисному обслуживанию покупателей как одна из составляющих мерчендайзинг-микса.

Финансовый маркетинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений;

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг;

- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Финансовый маркетинг» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Необходимость, сущность банковского маркетинга. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Система планирования. Планирование комплекса маркетинга. Стратегия риска. Система контроля. Рыночный страховой маркетинг. Исследование российского страхового рынка. Организационный страховой маркетинг. Организационный маркетинг. Принципы общей структуризации страховой компании. Основы маркетинга в организации деятельности инвестиционных посредников по видам ценных бумаг. Маркетинг брокерских услуг на рынке ценных бумаг. Маркетинг биржевой деятельности на рынке ценных бумаг.

Методы исследований в менеджменте

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- освоение теоретических знаний и практических навыков в области исследования систем управления;
- способность применять методики расчетов и основные методы исследований;
- способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Системы управления как объект исследования. Системный анализ в исследовании систем управления. Методологические положения исследования систем управления. Методы исследования систем управления: эмпирические, диагностический анализ, глобальный анализ, морфологический, нормативный, параметрические методы, экспертный, когнитивный и т. д. Методы исследования целей, функций и подсистем управления. Методы исследования организационных структур управления и систем принятия решений в организации. Особенности комплексных методов исследования систем управления. Методы планирования организации. Методы оценки эффективности систем управления. Цель, задачи и методы проектирования систем и функций управления. Методы проектирования управленческих решений и организационных структур систем управления.

Инфраструктура товарного рынка

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

- формирование у будущих специалистов соответствующей теоретической подготовки и практических навыков по основам организации и функционирования элементов инфраструктуры товарного рынка.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Инфраструктура товарного рынка» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Формирование инфраструктуры товарного рынка. Торговые предприятия и организации. Коммерческо-посреднические организации. Организации по ока-

занию услуг. Информационные организации. Финансовые организации. Контролирующие организации. Юридические организации. Организации по трудовому обеспечению. Транспортная система. Система связи. Складское хозяйство. Топливо-энергетический комплекс.

Психология потребителя

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- формирование представления о сущности, задачах и принципах психологической деятельности потребителей;
- создание основы для формирования практических навыков по организации и проведению мероприятий по психологическому обеспечению деятельности потребителя;
- способность участвовать в реализации мероприятий по профилактике и предотвращению кризисов, смягчению их социально-экономических последствий, выводу из кризиса организаций и систем различных уровней экономики;
- способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организаций.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Психология потребителя» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Психология потребителя в деятельности маркетолога как важнейшая составная часть общей системы управления человеческими ресурсами. Психологические особенности потребителей. Основные группы профессионально-важных качеств маркетолога: мотивационно - волевые, интеллектуальные, коммуникативные. Управленческие функции целеполагания и прогнозирования. Психологическая функция принятия решений. Коммуникативная функция в управлении, её психологическое содержание. Моделирование и проведение управленческих тренингов.

Брендинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- приобретение теоретических знаний о бренде как основополагающей категории маркетинга и получение практических навыков, связанных с процессом управления брендом;
- способность применять методики расчетов и основные методы исследований;
- способность разрабатывать управленческие решения в целях реализации принципов корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности;
- способность к организации деятельности с целью эффективного управления акционерной (корпоративной) собственностью.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг взаимоотношений» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Предмет, цели, задачи курса. Бренд как метод и инструмент маркетинга в организациях. Особенности формирования брендов на различных типах рынков. Аналитические процедуры в брендинге. Позиционирование бренда. Идентичность бренда. Формирование атрибутов бренда: функциональных и содержательных. Разработка моделей брендов. Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в брендинге. Стратегические задачи управления брендом. Изучение развития брендов. Марочные стратегии. Формирование программ лояльности клиентов. Функциональные обязанности бренд-менеджера.

Интернет-маркетинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Интернет - маркетинг» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности. Веб-сайт как инструмент маркетинга. Регистрация в поисковых системах и каталогах. Методы продвижения товара в сети Интернет.

Маркетинг взаимоотношений

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- приобретение целостного представления о взаимоотношениях в сфере маркетинга, процессах их формирования, укрепления лояльности, технологии поддержания взаимоотношений и способности построения взаимоотношений внутри организации, с поставщиками и клиентами;
- способность выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов;
- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг взаимоотношений» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Эволюция маркетинга взаимоотношений. Предпосылки возникновения и

природа маркетинга взаимоотношений. Континуум маркетинга взаимоотношений. Концепция маркетинга взаимоотношений. Стратегический континуум. Категоризация взаимоотношений. Движущие факторы взаимоотношений. Экономика взаимоотношений. Клиенты как ключевой бизнес-актив компании. Понятие и типы CRM. Стратегии привлечения и удержания клиентов. Удовлетворенность и лояльность клиентов. Пожизненная стоимость клиента. Базовая компания и ее взаимоотношения. Партнерские отношения с клиентами. Партнерские отношения внутри организации. Стратегии и инструменты внутреннего маркетинга. Корпоративная культура. Партнерские отношения с поставщиком. Вертикальные и горизонтальные партнерства. Преимущества и недостатки партнерства B2B. Сотрудничество с внешними организациями. Типы сотрудничества.

Некоммерческий маркетинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;
- способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами;
- готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Некоммерческий маркетинг» является дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Некоммерческий маркетинг в системе общественных потребностей. Природа и роль некоммерческого маркетинга в современном обществе. Поведение потребителей некоммерческих продуктов. Идеология и организация маркетингового управления в некоммерческой сфере. Маркетинговая среда и информационная система некоммерческих субъектов. Инструменты некоммерческого маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование некоммерческих продуктов. Разработка комплекса некоммерческого маркетинга. Маркетинговые стратегии, планирование и контроль в системе некоммерческого маркетинга.

Научно-исследовательская работа

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг», заочная форма обучения.

Цель дисциплины:

Формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» следующих компетенций:

- способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы;
- способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию;
- способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг взаимоотношений» является частью блока 2 «Практики и НИР» по направлению 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Краткое содержание:

Основные положения. Инструментарий проведения научных исследований. Выполнение творческих междисциплинарных научных проектов. Проведение междисциплинарных научных исследований. Выполнение творческих междисциплинарных научных проектов. Технологии исследования предметных областей. Технология научного реферирования. Методика подготовки и написания ВКР. Выполнение творческих междисциплинарных научных проектов.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места для проведения НИР согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся, в том числе с возможностью использовать дистанционные технологии.

6. Производственная (в т.ч. преддипломная) практика

При реализации данной программы бакалавриата предусматривается, производственная (в т.ч. преддипломная практика).

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико - педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья

Производственная (в т.ч. преддипломная) преддипломная практики являются обязательными разделами адаптированной образовательной программы бакалавриата и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практика проводится как на базе Филиала, так и в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителей практики об уровне его знаний и квалификации. По результатам аттестации выставляется дифференцированный зачет.

7. Фактическое ресурсное обеспечение АОПВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

АОПВО ВО бакалавриата «Менеджмент», программа «Маркетинг» обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам, содержание каждой из учебных дисциплин представлено в сети Интернет на сайте Университета (<http://tula.fa.ru/>).

Учебно-методическое и информационное обеспечение основывается как на традиционных, так и на новых телекоммуникационных технологиях, что соответствует требованиям ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки «Менеджмент» (бакалавриат).

Адаптированная профессиональная образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам адаптированной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин представлено в локальной сети образовательного учреждения.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение. Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

При этом обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе всех обучающихся.

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется библиотекой Филиала, которая удовлетворяет требованиям «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения», утверждённого приказом Минобробразования России от 27.04.2000 г. № 1246.

В библиотеке Филиала есть читальный зал, в котором имеются: техника для сканирования; рабочие места, оснащенные компьютерами, подключёнными к Интернет по беспроводной технологии Wi-Fi. Обслуживание студентов всех форм обучения бесплатное.

Библиотека использует последние информационные технологии для обеспечения высокого уровня образовательного процесса.

Библиотечный фонд полностью укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1 -2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по каждому модулю (дисциплине), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья (включая электронные базы периодических изданий).

Для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья комплектация библиотечного фонда осуществляется электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех учебных циклов, изданной за последние пять лет.

В случае применения дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде с использованием специальных технических и программных средств, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах модулей (дисциплин), практик.

При использовании в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом программного обеспечения, адаптированного при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Организационно - педагогическое, психолого-педагогическое, медицинское, оздоровительное сопровождение, материальная и социальная поддержка обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с программой индивидуальной реабилитации обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, разрабатываемой для конкретного обучающегося.

Материально-техническое обеспечение

Обеспечение доступности прилегающей к образовательной организации территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий. Территория филиала соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Существуют в наличии средства информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц мобильными пандусами, подъемными платформами оборудование лестниц и пандусов поручнями.

В зданиях, предназначенных для реализации программ подготовки инвалидов, существует вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах - колясках, размещены на уровне доступного входа.

Учебный корпус: г. Тула, ул. Оружейная, д.1а.

Проведена комплексная адаптация объекта для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Создание безбарьерной среды в ТФ Финуниверситета учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Обеспечена доступность:

- прилегающей к образовательной организации территории;
- входных путей;
- путей перемещения внутри здания.

В качестве приспособлений для безбарьерной среды в филиале выступают:

- пандус;
- указатели и вывески;
- кнопка вызова персонала;
- возможность беспрепятственного входа и выхода;
- лестничный универсальный мобильный подъемник;
- туалетная комната с расширенным дверным проемом, оборудованная для МГН;
- поручни на лестничном пролете;
- 2 специальных зоны отдыха в фойе 1 этажа;
- наличие визуальной информации о месте получения услуг;
- доступность аудиторий, библиотеки и столовой;
- выделенная стоянка для автотранспортного средства.
- аудитории для занятий располагаются на первом этаже;
- наличие специальных кресел и других приспособлений.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:
 - экранный диктор;
 - экранная лупа;
- с нарушениями слуха:
 - акустический усилитель и колонки;
 - мультимедийный проектор;

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата;
- компьютерная техника со специальным программным обеспечением.

В Учебно-методическом кабинете филиала оборудовано автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ (в т.ч. слабовидящих и слепых) в составе: компьютер с широкоформатным монитором, колонки, портативный видеоувеличитель, принтер и клавиатура для печати/ ввода информации рельефно-точечным шрифтом Брайля. Специализированное ПО – программа экранного увеличения с речевой поддержкой и синтезатором речи.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, включающим пакеты наиболее распространенных программ прикладного характера для целей анализа социологических данных.

Реализация АОПВО бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Кадровое обеспечение

Доля научно-педагогических работников, имеющих образование и (или) ученую степень, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля) в общем числе научно-педагогических работников, реализующих основную профессиональную образовательную программу составляет не менее 70%.

Доля научно-педагогических работников, имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в РФ) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в РФ), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих основную профессиональную образовательную программу составляет не менее 70%.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направлением реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих основную образовательную программу, составляет не менее 10%.

К реализации АОПВО привлекаются тьюторы, психологи (педагоги-психологи, специальные психологи), социальные педагоги (социальные работники), специалисты по специальным техническим и программным средствам обучения, а также при необходимости сурдопедагоги, сурдопереводчики, тифлопедагоги.

Финансовое обеспечение

Условия финансового обеспечения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» определяются в соответствии с требованиями образовательного стандарта Финансового университета.

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объёме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ.

8. Характеристики среды Филиала, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

В Филиале создается профессиональная и социокультурная толерантная среда, необходимая для формирования гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности всех членов коллектива к общению и сотрудничеству, к способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия.

Ведение учета инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется учебной частью.

Подготовка к трудоустройству, содействие трудоустройству выпускников-инвалидов и лиц с ОВЗ и их закрепление на рабочих местах осуществляется Филиалом.

По всем территориям приказом Директора филиала назначаются лица, ответственные за сопровождение и оказание помощи при передвижении инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Филиале созданы и поддерживаются условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся, для формирования общекультурных (социально - личностных) компетенций выпускников.

Концепция формирования среды Филиала, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся, определяется регламентирующими документами.

В Филиале созданы и поддерживаются традиции:

- Посвящение первокурсников в студенты.
- День Студента.
- День карьеры.

- Торжественная церемония вручения дипломов «Выпускник».
- Участие студентов в творческих фестивалях, конкурсах и концертах способствуют развитию творческих талантов у молодежи, формирует правильные увлечения.
- Имеется возможность участия студентов с ОВЗ и с инвалидностью в: Ежегодной Межвузовской научно-практической конференции «Демидовские чтения: Экономика и образование»

Ежегодно в Филиале проводятся культурно-массовые и спортивно-массовые студенческие мероприятия, крупные межвузовские мероприятия. В Филиале активно развивается студенческое самоуправление в лице Студенческого Совета. Студенты участвуют в студенческих конференциях, семинарах, круглых столах, конкурсах научных работ и инновационных проектах, других научно-практических и научно-технических мероприятиях. Проводятся встречи студентов с ведущими учеными и специалистами предприятий г. Тулы. Формируются творческие коллективы студентов, выполняющих научные исследования.

Студенты, проявляющие интерес к спорту, могут заниматься в спортивных секциях по мини-футболу, волейболу и баскетболу.

Имеется пункты общественного питания - столовая. Лечебнооздоровительная работа осуществляется медицинским кабинетом Филиала.

Для решения проблемы трудоустройства студентам с ОВЗ и с инвалидностью и выпускникам с ОВЗ и с инвалидностью оказывается помощь в информировании о положении на рынке труда, местах прохождения различных видов практик, подборе вакансий временной и постоянной занятости, организуются встречи с работодателями.

С целью обеспечения поэтапной профессиональной адаптации студентов с ОВЗ и с инвалидностью и выпускников с ОВЗ и с инвалидностью предоставляется возможность прохождения профессионального волонтерства различной продолжительности (от 2 месяцев до года) в государственных образовательных учреждениях, в коммерческих и некоммерческих организациях, с которыми оформляются договорные отношения.

9. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися АОПВО по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент, программа «Маркетинг»

В соответствии с ОС ВО Финуниверситета бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень - бакалавр) оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает:

- текущий контроль успеваемости;
- промежуточную аттестацию;
- государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (зачетно - экзаменационной сессии) по АОПВО осуществляется в соответствии с утвержденными в филиале документами:

- Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Студенты, обучающиеся в Филиале по образовательным программам высшего образования, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей АОПВО вуз создает и утверждает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают:

- контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов;
- тесты для компьютерных тестирующих программ;
- примерную тематику курсовых работ/проектов, рефератов и т.п.

Эти формы контроля позволяют оценить степень сформированность компетенций обучающихся.

Государственная итоговая аттестация АОПВО «Менеджмент», программа «Маркетинг» включает в себя государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы бакалавра.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы), определяются методическими указаниями по выполнению выпускной квалификационной работы.

Сроки подготовки и графики защиты бакалаврской выпускной квалификационной работы устанавливаются ежегодно в соответствии рабочим учебным планом.

Разработаны и утверждены требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ (ВКР), а также рекомендованные тематики ВКР.

Процедура государственной итоговой аттестации выпускников с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривает предоставление необходимых технических средств и оказание технической помощи при необходимости.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены или могут использоваться собственные технические средства;

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика).

Доступная форма предоставления заданий оценочных средств: в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода).

Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием элементов дистанционных образовательных технологий.

Для контактной и самостоятельной работы используются следующие мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся:

1. ЭБС «IPRbooks». Общество с ограниченной ответственностью «Ай Пи Эр Медиа»

2. ЭБС «Юрайт». Общество с ограниченной ответственностью «Электронное издательство ЮРАЙТ»

3. ЭБС «ИНФРА-М» - www.znanium.com

Обучающиеся обеспечиваются следующим комплектом программного обеспечения, адаптированного для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- MAGiC (программа для экранного чтения и увеличения);

- JAWSforWindows (программа для чтения с экрана компьютера);

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- Распознавание речи Windows;
- Экранная клавиатура.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Windows 7, MS Office, антивирус Касперского, Гарант, Консультант+, Экранная клавиатура

Все виды контактной работы проводятся в аудиториях, предназначенных для проведения лекционных и практических занятий и оснащенных необходимым оборудованием (учебными столами, компьютером с выходом в Интернет, проектором, экраном и т.д.)

Для самостоятельной работы студенты могут воспользоваться читальным залом, оснащенным компьютерами и выходом в Интернет.

В Филиале ежегодно по утвержденным показателям проводится мониторинг процессов, обеспечивающих качество подготовки выпускников.

По ежегодно утверждаемой программе в Филиале проводятся внутренние аудиты деятельности подразделений, отдельных процессов и видов деятельности, по результатам которых планируются корректирующие и предупреждающие мероприятия, способствующие повышению качества подготовки специалистов.

Основными потребителями специалистов, получивших подготовку по данной программе, на рынке труда являются: компании российского бизнеса, научно-технические организации, а также органы государственного управления, нуждающиеся в специалистах, умеющих видеть новые возможности в области науки, технологий и бизнеса, управлять созданием и внедрением инновационных проектов, обеспечивая динамичное развитие компаний в условиях изменяющейся внешней среды и конкуренции.

Благодаря программе студенты научатся творчески подходить к решению задач в условиях быстроменяющейся внешней среды, появления новых достижений науки и техники, управлять проектами по созданию новых продуктов и сервисов, превращать идеи в самостоятельный и успешный бизнес.

