

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов; практические - 34 часа; консультации – 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 73 часа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих разделов:

Философия и ее роль в обществе. История философии. Онтология. Гносеология. Философия науки. Философская антропология. Аксиология. Социальная философия.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### Аннотация рабочей программы дисциплины «История (история России, всеобщая история)»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации -3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 73 часа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Предмет истории. Древняя Русь и Россия в период зарождения и развития феодальных отношений (до середины XVII вв.). Введение. Основы исторической науки. Восточные славяне и Древняя Русь (до сер.XIII в.). Образование единого Российского государства (до конца XIV в.). Завершение объединения русских земель (сер.XV –сер.XVI вв.). Россия в конце XVI – первой половине XVII вв. Российское централизованное государство во второй полов. XVI в

2. Россия в эпоху роста феодализма, его разложения и развития капиталистических отношений (вторая половина XVII в. – октябрь 1917 г.). Русского государство во второй половине XVII в. Российская империя в XVIII в. Российская империя в первой половине XIX в. Российская империя во второй половине XIX в. Россия в конце XIX – начале XX в. Социально-политический кризис в феврале – октябре 1917 г.

3. Советская Россия и СССР в 1917 – 1991 гг. Реставрация капитализма в России (конец XX – начало XXI вв.). Октябрьская революция в России. Установление Советской власти. Гражданская война (середина 1918 – 1920 гг.). Образование СССР. СССР в годы Великой Отечественной войны 1941 – 1945 гг. СССР в послевоенный период (1946 – 1964гг.). СССР в 1965 – 1991 гг. Россия в конце XX – начале XXI вв.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.04.02 Менеджмент**

**Аннотация рабочей программы**

**дисциплины «Иностранный язык»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зач. единицы, 252 часа, форма промежуточной аттестации – зачет, зачет, экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: практические – 102 часа; консультации – 2 часа; самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1	Management and manager.
2	Your resume.
3	Dressing for business.
4	Successful presentation.
5	Meetings.
6	Making the right decision.
7	Telecommunications.
8	High-tech startups.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет, 1 семестр

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 17 часов; лабораторные – 17 часов; практические – 17 часов; консультации - 2 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 55 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Человек и техносфера. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Психофизиологические и эргономические основы безопасности. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации. Управление безопасностью жизнедеятельности.



## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура и спорт»**

Общая трудоемкость дисциплины 2 зач. ед., 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные - 17 часов; практические – 34 часа; консультации - 2 часа; самостоятельная работа обучающегося -19 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Легкая атлетика.
2. Спортивные игры (волейбол и баскетбол).
3. Подвижные игры.
4. Плавание.
5. ОФП (общая физическая подготовка) и ППФП (профессиональноприкладная физическая подготовка).

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология и психология управления»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 17 часов; консультации - 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 54 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Специфика объекта и предмета социологии. Место социологии среди других общественных наук. Современные представления о социальной структуре общества. Социальное взаимодействие и социальные отношения. Частные структуры общества: социально-классовая, национально-этническая, социально-профессиональная, социально-демографическая, территориально-поселенческая. Социальное неравенство, социальная стратификация и социальная мобильность. Социальные институты и организации. Общественное мнение как институт гражданского общества. Социальные изменения и процессы: их сущность и классификация. Молодежь как социально-демографическая группа.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Правоведение»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 17 часов; практические – 17 часов; консультации -2 часа; самостоятельная работа обучающегося – 36 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Система прав и свобод человека и гражданина. Понятие государства. Понятие права и нормы права. Источники российского права. Правовое государство. Отрасли права. Правонарушение и юридическая ответственность. Правопорядок, законность. Правовое сознание. Правовая культура и правовое воспитание граждан. Понятие и значение правомерного поведения. Правонарушение: проступок и преступление. Виды юридической ответственности. Условия применения юридической ответственности. Понятие и сущность Конституции РФ. Основы конституционного строя России. Система основных прав и свобод человека и гражданина.

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

### 38.03.02 Менеджмент

#### Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономическая теория»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зач. единицы, 360 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен 1, экзамен 2.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 68 часов; практические – 68 часов; консультации – 10 часов; самостоятельная работа обучающегося – 214 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ1, РГЗ 2.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в микроэкономику. Основы рыночного хозяйства. Рынок: сущность, функции, и основные черты. Основы теории спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения. Поведение потребителя и потребительский выбор. Предприятие в экономике, издержки предприятия. Результаты деятельности предприятия: продукт, выручка и прибыль. Типология рыночных структур: совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Рынки факторов производства: рынок труда, рынок капитала, рынок земли. Выбор в условиях неопределенности результата. Внешние эффекты, общественные блага и теория общественного выбора.

Предмет и методы макроэкономики. Модель макроэкономического кругооборота. Основные макроэкономические показатели. Макроэкономическое равновесие и его модели. Потребление, сбережения и инвестиции. Эффект мультипликатора. Экономический рост, его типы и его факторы. Цикличность экономического развития, природа экономических циклов и кризисов. Занятость и безработица, политика занятости. Инфляция и антиинфляционная политика. Государственное регулирование экономики: способы, методы, инструменты. Финансовая система и финансовая политика. Государственный бюджет и его роль в экономике. Роль налоговой системы в регулировании экономики. Фискальная политика государства. Денежное обращение, его структура и функции. Банковская система и денежно-кредитная политика. Социальная политика. Система международных экономических отношений. Глобальные экономические проблемы и их последствия.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 17 часов; практические – 17 часов; консультации – 2 часа; самостоятельная работа обучающегося составляет 36 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Этические нормы и правила в деловом общении. Вербальные и невербальные средства коммуникации, в т. ч. выражения этических взаимоотношений. Правила этики ДО в трудовом коллективе. Этика и мастерство публичных выступлений.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Высшая математика»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 13 зач. единиц, 468 часов, форма промежуточной аттестации – зачет, дифференцированный зачет, экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 102 часа; практические – 102 часа; консультации – 11 часов; самостоятельная работа обучающегося – 253 часа.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Линейная алгебра. Аналитическая геометрия. Пределы и дифференцирование функций одной переменной. Неопределенный интеграл. Определенный интеграл. Функции нескольких переменных. Обыкновенные дифференциальные уравнения. Ряды. Двойные и тройные интегралы. Теория вероятностей. Основные понятия и теоремы. Одномерные случайные величины. Распределение случайной величины. Системы двух случайных величин. Математическая статистика.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Базовые информационно-коммуникационные технологии в экономике и управлении»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 17 часов; лабораторные – 34 часа; консультации – 4 часа; самостоятельная работа обучающегося – 89 часа.

Учебным планом предусмотрено ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Этапы развития и основные понятия информационных технологий. Технология подготовки деловой документации в среде MS Word. Компьютерные модели решения функциональных и вычислительных задач в среде табличного процессора MS Excel. Общие технологии работы в среде MS Power Point и MS Publisher. Основы проектирования баз данных в СУБД MS Access. Компьютерные сети – основные сведения. Защита информации и информационная безопасность. Коммерческая деятельность в глобальных компьютерных сетях.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 5 часов; самостоятельная работа обучающегося -143 часа.

Учебным планом предусмотрена курсовая работа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Теоретические основы управления. Концепции менеджмента. Принципы менеджмента. Социальная ответственность и этика менеджмента. Научные школы менеджмента. Организация как объект современного менеджмента. Создание организаций. Связующие процессы. Коммуникации в менеджменте. Функции управления. Мотивация персонала. Групповая динамика. Руководство: власть и личное влияние. Лидерство. Управление конфликтами и стрессами. Управление изменениями и организационное развитие. Управление трудовыми ресурсами. Эффективность и качество менеджмента



## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика организации (предприятия)»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 109 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Предприятие как социально-экономическая система. Предприятие как производственно-экономическая система и виды его деятельности. Производственные ресурсы предприятия: основной капитал, оборотный капитал, персонал предприятия. Расходы предприятия. Ценообразование на предприятии. Прибыль и рентабельность как индикаторы доходности производственной деятельности предприятия. Инвестиции и обоснование эффективности предпринимательских проектов. Экстенсивные и интенсивные факторы развития предприятия. Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**

**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Международный менеджмент»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации - 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 73 часа.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента.

Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Многонациональные компании (МНК) и национальная среда бизнеса.

Модели вхождения МНК на зарубежные рынки. Современные организационные формы и структуры международных корпораций. Стратегии МНК на мировых рынках.

Организация управления международным бизнесом компаний. Особенности планирования в МНК.

Формирование концепции интернационализации предприятия.

Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса (кросс-культурный менеджмент).

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**

**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Учет и анализ»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 73 часа.

Учебным планом предусмотрена РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Цель финансовой отчетности. Пользователи финансовой отчетности. Основные элементы финансовой отчетности. Нормативная база (законодательство, концептуальная основа). Обязанности руководства организации по ведению финансового учета и отчетности. Качественные характеристики финансовой отчетности. Принцип двойной записи, составление проводок, первичные документы и источники бухгалтерской информации. Счета, регистры первичного учета и журналы операций. Отражение хозяйственных операций. Выручка и закупки. Денежные средства. Товарно-материальные ценности. Основные средства. Амортизация. Нематериальные активы. Доходы и расходы будущих периодов. Дебиторская и кредиторская задолженность. Капитал и резервы.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Бухгалтерский учет»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 3 часа; самостоятельная работа обучающегося – 73 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Основы бухгалтерского учета в Российской Федерации. Организация бухгалтерского учета имущества и обязательств организаций. Бухгалтерская отчетность организаций.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 час; консультации – 5 часов; самостоятельная работа обучающегося – 143 часа.

Учебным планом предусмотрена курсовая работа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Социальные основы маркетинга, маркетинговые исследования, анализ рыночной конъюнктуры, анализ конкурентов и потребителей, разработка рыночной стратегии компании, формирование товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политики, планирование и оценка эффективности в маркетинге.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория организации и системный анализ»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов, формат промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 5 часов; самостоятельная работа обучающегося – 107 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучений следующих основных разделов:

Становление системных знаний и системного подхода. Формирование и развитие теории организации. Организация как система. Типология организаций. Зависимое состояние организации от этапов жизненного цикла. Понятие принципа организации, Классификация принципов организации. Принципы статической организации (структуризации). Принципы динамической организации (процессности). Принципы рационализации: принцип концептуализации, принцип алгоритмизации, принцип нормализации, принцип систематизации, принцип классификации, принцип стандартизации, принцип унификации, принцип персонификации, принцип регламентации, принцип соответствия. Общая характеристика процесса самоорганизации. Самоорганизация как источник порядка и развития систем.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**

**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Экономико-математические методы и модели»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; лабораторные – 34 часа; консультации – 5 часов; самостоятельная работа обучающегося – 107 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сфера и границы применения экономико-математического моделирования. Оптимизационные методы и модели в управлении. Основы сетевого планирования и управления. Теория массового обслуживания. Сущность балансового метода и математический аппарат межотраслевого баланса. Модели управления запасами.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **38.03.02 Менеджмент**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Бизнес-планирование»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные - 34 часа; практические – 34 часа; консультации- 5 часов; самостоятельная работа обучающегося -143 часа.

Учебным планом предусмотрен курсовой проект.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Роль и значение планирования в экономике. Планирование как инструмент управления и отрасль научных знаний. Специфика планирования в России. Теория и методология планирования. Сущность и цели планирования. Процесс планирования и его фазы. Принципы и направления планирования. Методы планирования. Система планирования на предприятии. Формы планирования и виды планов. Классификация планирования. План предприятия, его разработка и оценка. Организация планирования на предприятии. Структура плановых органов. Функции плановых служб на предприятии. Основные плановые документы предприятия. Сущность, назначение и функции стратегического планирования.



# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов. самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Учебным планом предусмотрено выполнение расчетно-графического задания с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации
2. Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса
3. Вербальные и невербальные деловые коммуникации
4. Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации
5. Межличностная деловая коммуникация
6. Групповая деловая коммуникация
7. Организационные деловые коммуникации
8. Межкультурные особенности деловых коммуникаций
9. Коммуникационные барьеры
10. Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Конъюнктурно-ценовые исследования»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единицы, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа, практические занятия – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 143 часов. Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы с объемом самостоятельной работы студента – 36 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Раздел 1. Конъюнктура рынка как предмет маркетинговых исследований

Раздел 2. Конъюнктурный анализ

Раздел 3. Анализ общехозяйственной конъюнктуры

Раздел 4. Диагностика отраслевой конъюнктуры

Раздел 5. Анализ рыночной конъюнктуры

Раздел 6. Сегментирование рынка

Раздел 7. Прогнозирование параметров рыночной конъюнктуры

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

### 38.03.02 Менеджмент

#### Аннотация рабочей программы

#### дисциплины «Принятие стратегических управленческих решений»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов; практические – 34 часов; консультации – 2 часа; самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часов.

Учебным планом предусмотрено РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Предмет методы принятия управленческих решений. Возникновение науки об управлении. Школы и подходы в науке об управлении. Принятие управленческих решений в организации.

Теоретические и методологические основы процесса разработки управленческих решений. Современные проблемы управления и разработки решений. Организационные основы разработки решений на основе системного анализа. Содержание процесса обоснования решений. Содержание процесса принятия и контроллинга решений. Методология решения базовых задач обоснования решений.

Технология принятия управленческих решений. Структура принятия управленческих решений в организации. Модели процесса принятия управленческих решений.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы

#### дисциплины «Контроллинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – дифференцированные зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа; практические – 34 часа; консультации – 3 часа; самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часа.

Учебным планом предусмотрено РГЗ с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сущность, задачи и функции контроллинга. Стратегический и оперативный контроллинг. Управленческий учет как основа контроллинга. Финансовая структуризация бизнеса. Разработка бюджетов (бюджетирование) как инструмент оперативного контроллинга. Анализ отклонений в системе контроллинга. Системы показателей оценки деятельности предприятия и его подразделений. Методы принятия управленческих решений в контроллинге. Организационно-методические основы создания системы контроллинга на предприятии.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Мерчандайзинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 17 часов, практические – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 55 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение индивидуального домашнего задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Концепция мерчандайзинга.
2. Мерчандайзинг в розничной торговле.
3. Методология применения мерчандайзинга в розничном торговом бизнесе.
4. Методы продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга.
5. Мерчандайзинговый подход к планировке торгового зала и выкладке товаров.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

## Аннотация рабочей программы

### дисциплины «Статистика и прогнозирование рынка»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (34 часа), консультации – 3 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часов.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Статистика и прогнозирование рынка». Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Основы методологии статистики рынка.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений. Ряды динамики: виды, правила построения. Показатели анализа ряда динамики. Методы анализа основной тенденции (тренда) в рядах динамики. Методы изучения сезонных колебаний.

Статистика рыночной конъюнктуры. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

Методы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений. Общая характеристика связей. Методы определения наличия связи. Корреляционный анализ. Изучение тесноты связи между качественными признаками. Показатели тесноты связи между количественными признаками. Проверка коэффициента корреляции на значимость (существенность). Множественный и частный коэффициенты корреляции. Коэффициенты корреляции рангов. Коэффициент конкордации. Регрессионный анализ. Нахождение уравнений регрессии между двумя признаками. Парная линейная регрессия. Параболическая корреляция. Оценка существенности коэффициента регрессии и уравнения связи.

Индексный метод в маркетинге. Общие понятия об индексах. Средние формы сводных индексов. Расчет сводных индексов за последовательные периоды. Индексный анализ влияния структурных изменений.

Введение в маркетинговое прогнозирование. Организация процесса маркетингового прогнозирования. Обзор техник прогнозирования. Методы прогнозирования в маркетинге. Прогнозирование спроса и сбыта продукции. Прогнозирование на основе трендовых моделей. Проверка гипотезы о существовании тренда. Методы анализа качества прогнозов.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

## Аннотация рабочей программы

### дисциплины «Статистика и прогнозирование рынка»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (34 часа), консультации – 3 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часов.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Статистика и прогнозирование рынка». Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Основы методологии статистики рынка.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений. Ряды динамики: виды, правила построения. Показатели анализа ряда динамики. Методы анализа основной тенденции (тренда) в рядах динамики. Методы изучения сезонных колебаний.

Статистика рыночной конъюнктуры. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

Методы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений. Общая характеристика связей. Методы определения наличия связи. Корреляционный анализ. Изучение тесноты связи между качественными признаками. Показатели тесноты связи между количественными признаками. Проверка коэффициента корреляции на значимость (существенность). Множественный и частный коэффициенты корреляции. Коэффициенты корреляции рангов. Коэффициент конкордации. Регрессионный анализ. Нахождение уравнений регрессии между двумя признаками. Парная линейная регрессия. Параболическая корреляция. Оценка существенности коэффициента регрессии и уравнения связи.

Индексный метод в маркетинге. Общие понятия об индексах. Средние формы сводных индексов. Расчет сводных индексов за последовательные периоды. Индексный анализ влияния структурных изменений.

Введение в маркетинговое прогнозирование. Организация процесса маркетингового прогнозирования. Обзор техник прогнозирования. Методы прогнозирования в маркетинге. Прогнозирование спроса и сбыта продукции. Прогнозирование на основе трендовых моделей. Проверка гипотезы о существовании тренда. Методы анализа качества прогнозов.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые коммуникации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов. самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Учебным планом предусмотрено выполнение расчетно-графического задания с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Структура маркетинговых коммуникаций
2. Мотивации и формирование системы маркетинговых коммуникаций
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации
4. Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций
5. Социально-психологические аспекты рекламы
6. Организация и управление рекламной деятельностью
7. Связи с общественностью – public relations
8. Стимулирование сбыта и продаж
9. Инструменты директ-маркетинга
10. Сетевые инструменты продвижения



# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «PR-менеджмент и спичрайтинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет .

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа, практические – 17 часов. Самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение индивидуального домашнего задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Роль и место PR в маркетинговой деятельности предприятия.
2. Система PR-менеджмента.
3. Организационная структура и обязанности подразделения публичных отношений.
4. Проектирование PR-компаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.
5. Спичрайтинг как инструмент PR-коммуникации.

# **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

## **38.03.02 Менеджмент**

### **профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**

(шифр и наименование образовательной программы)

## **Аннотация рабочей программы**

### **дисциплины «Информационные системы маркетинга»**

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные – 34 часа, лабораторные занятия – 34 часа, консультации – 5 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

РГЗ включает в себя ряд лабораторных работ: создание рекламных материалов, оценка рентабельности рекламной кампании фирмы средствами электронных таблиц MS Excel, создание базы данных по клиентам фирмы в среде СУБД Microsoft Access и др.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Информационные системы в маркетинге». Основные понятия и определения, классификация информационных систем, компоненты информационной системы и эффективность работы информационной системы. Общие сведения о компьютерных технологиях, их использование в маркетинговой деятельности; основные принципы, методы и свойства компьютерно-информационных технологий. Обзор программных продуктов в области маркетинга. Технические средства и программное обеспечение информационных технологий. Обзор информационных технологий, предназначенных для оперативной и аналитической обработки данных. Интегрированные информационные системы в коммерческой деятельности, проблемно-ориентированные пакеты прикладных программ. Пакеты прикладных программ в профессиональной деятельности.

Технологии подготовки, обработки и предоставления информации. Классификация и возможности текстовых редакторов. Процессоры электронных таблиц, редакторы обработки графической информации. Правила создания презентаций. Системы класса CRM: определение, функции, категории продуктов класса CRM. Электронный бизнес: характеристики, специфика, виды.

Перспективные компьютерно-информационные технологии, экспертные системы и системы поддержки принятия решений. Электронный обмен данными. Интернет технологии в маркетинге. Интернет-аудитория: количественные и качественные характеристики. Инструментальные средства организации телекоммуникаций (электронная почта, управление доступом к совместным ресурсам, обмен сообщениями).

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Поведение потребителей»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов. самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Исследование процесса покупки: введение в изучение поведение потребителей, модели поведения потребителей, предпокупочные процессы, процесс принятия решений потребителем, осознание потребностей, виды потребностей, выявление потребностей, информационный поиск, ограничения, связанные с процессом поиска информации, виды рисков при принятии решений о потреблении, стратегии принятия решений, принятие решений потребителем, покупка, воздействие окружающей обстановки на потребителя, постпокупочные процессы, особенности принятия решения о покупке потребителей-организаций, организационные цели и мотивы, организационные ценности, культура и стиль, поведение потребителей-организаций в переговорном процессе, пути повышения эффективности персональных коммуникаций.

2. Исследование покупательской реакции: физиологические основы восприятия, избирательность восприятия, организация восприятия в гештальт-психологии, процедура исследования восприятия: построение перцептивных карт, проверка эффективности восприятия, факторы, влияющие на восприятие, процесс обучения. бихевиористская и когнитивная теории, маркетинговые применения теорий познания, хранение и извлечение информации из памяти, забывание информации, товары как «якоря памяти», суть мотивации: сила и направление, вовлеченность потребителей, способы увеличения вовлеченности, установки и их компоненты, свойства отношений. изучение отношений потребителей. маркетинговые коммуникации как средство формирования и изменения установок.

3. Внешние факторы поведения потребителей: сегментация как методология группировки потребителей по внешним факторам поведения, демографические факторы, географические критерии сегментации, социально-экономические факторы, социокультурные факторы, поведенческие и

психографические факторы, потребление в группах, понятие малой группы, референтная группа, власть влияния, конформизм, лидер мнений: характеристики и поведение, социальный класс и потребление, культура и потребление.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**  
(шифр и наименование образовательной программы)

**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Маркетинг персонала»**  
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические (17 часов), консультации – 3 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ – 9 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Введение в дисциплину «Маркетинг персонала»: эволюция маркетинга персонала, цели маркетинга персонала в организации, понятийный аппарат маркетинга персонала
2. Факторы формирования технологий маркетинга персонала: функции маркетинга персонала в организации, факторы, определяющие направления маркетинга персонала, уровни и виды маркетинга персонала
3. Этапы реализации маркетинга персонала: определение потребности в персонале, стратегии обеспечения предприятия персоналом, анализ поведения соискателей и формирование сегментов потенциальных работников, сферы анализа в исследовании поведения персонала, методы и инструменты исследования персонала, *сегментирование рынка труда*, анализ основных конкурентов на рынке труда
4. Практические аспекты маркетинга персонала: источники найма персонала, преимущества и недостатки внутреннего источника формирования кадров, преимущества и недостатки внешнего источника формирования кадров, привлечение персонала: аутсорсинг, лизинг, аутстаффинг, определение запросов (требований) к персоналу и его оценка, состав требований к персоналу, предъявляемых работодателем, оценка требований к работодателю, его имидж и лояльность персонала, модель «приверженности», или лояльности персонала
5. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала: *определение эффективности мероприятий маркетинга персонала, методики оценки эффективности маркетинга персонала*, атрибуты удовлетворенности сотрудников, *клиентоориентированность персонала как показатель эффективности* маркетинга персонала.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

## Аннотация рабочей программы

### дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные – 34 часа, практические занятия – 34 часа, консультации – 3 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часа.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Тема 1. Введение в дисциплину «Управление взаимоотношениями с клиентами»:

Понятие и виды клиентов. Этапы работы с клиентом. Понимание клиентов и их потребностей

Развитие бизнеса в зависимости от степени взаимоотношений с клиентами

Тема 2. Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами

Понятие управления взаимоотношениями с клиентами. Функции управления взаимоотношениями с клиентами. Преимущества внедрения взаимоотношений с клиентами.

Тема 3. Управление лояльностью клиентов

Понятие лояльности клиентов. Программы управления лояльностью клиентов.

Методы повышения лояльности клиентов. Измерение степени удовлетворенности клиентов.

Понятие оттока клиентов. Методы работы с оттоком клиентов

Тема 4. Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов

Управление взаимоотношениями клиентами в рамках CRM-систем. Особенности управления отношениями «служащий – клиент». Алгоритм построения системы реагирования на жалобы.

Этапы эффективного проведения переговоров.

Тема 5. Автоматизация процесса управления взаимоотношения с клиентами

Структура информационных процессов в рамках CRM. Жизненный цикл клиента

Обзор CRM-решений в России. Рынок CRM-решений за рубежом

Внедрение CRM: процесс, особенности, эффект.

Тема 6. Эффективность управления взаимоотношения с клиентами

Понятие эффективности управления взаимоотношения с клиентами.

Виды эффективности управления взаимоотношения с клиентами.

Методы расчета эффективности управления взаимоотношения с клиентами.

Направления повышения эффективности управления взаимоотношения с клиентами.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Маркетинг территорий»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа, практические занятия – 17 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа. Учебным планом предусмотрено выполнение индивидуального домашнего задания с объемом самостоятельной работы студента – 9 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Раздел 1. Сущность и становление маркетинга территорий

Раздел 2. Маркетинговые исследования территорий

Раздел 3. Стратегическое позиционирование территорий

Раздел 4. Ресурсы территорий. Управление ресурсами

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Планирование и аудит маркетинга»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов. самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Учебным планом предусмотрено выполнение расчетно-графического задания с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Роль маркетингового планирования в современной экономике и в системе управления организацией
2. Стратегический план маркетинга
3. Tактический план маркетинга
4. Бюджет планирования маркетинга организации
5. Сущность и назначение аудита маркетинга
6. Аудит маркетинговой среды
7. Аудит стратегии маркетинга
8. Аудит функциональных составляющих маркетинга
9. Аудит маркетинговой системы организации, ее результативность
10. Анализ результатов аудиторской проверки



# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Проектный маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6** зачетных единиц, **216** часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – **34** часов, практические – **34** часов, лабораторных занятий – **0** часов, самостоятельная работа обучающегося составляет **143** часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение курсовой проект.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Понятие маркетингового проекта: Понятие и классификация проектов, концептуальное понимание маркетингового проекта, Цели, задачи и принципы маркетинговых проектов, Основные параметры маркетинговых проектов, Базовые требования к маркетинговым проектам

2. Внутренняя и внешняя среда маркетингового проекта: Окружение маркетингового проекта, Участники маркетингового проекта

3. Маркетинговая проблема и маркетинговые решения: Понятие и виды маркетинговых проблем, Этапы и методы принятия маркетинговых решений.

4. Особенности экономической оценки маркетинговых проектов: Понятие «эффекта» и «эффективности», Факторы, оказывающие влияние на эффективность решений в области реализации маркетинговых проектов, Цели и задачи экономической оценки маркетинговых проектов, Принципы экономической оценки маркетинговых проектов, Этапы экономической оценки маркетинговых проектов.

5. Показатели и методические аспекты экономической оценки маркетинговых проектов: Общие положения методики экономической оценки, Дисконтирование денежных потоков, Чистый дисконтированный доход, Индекс доходности, Внутренняя норма доходности, Период окупаемости и возврата вложений

6. Концепция рентабельности маркетинговых инвестиций (ROMI): Рентабельность инвестиций, как ключевой показатель маркетингового проекта, Факторы, оказывающие влияние на использование ROMI, Методические ограничения концепции ROMI, Иерархия оценочных показателей, составляющих ROMI, Основные категории ROMI, Примеры расчета ROMI

7. Постаудит маркетингового проекта: Понятие, цель и задачи постаудита маркетингового проекта, Необходимость проведения постаудита маркетингового проекта, Назначение и место постаудита в управлении

проектами, Основные препятствия использования постаудита маркетингового проекта, Процесс проведения постаудита маркетингового проекта

8. Показатели оценки эффективности маркетинговых проектов: Особенности и принципы построения сбалансированной системы показателей, Показатели: виды, классификация, управление, Основные показатели оценки маркетинговых проектов

9. Прогнозирование: Основные положения теории прогнозирования, Простые методы сглаживания данных, Метод экстраполяции тренда, Экспоненциальное сглаживание с учетом тренда, Прогноз по данным временного ряда, содержащим сезонную компоненту, Экспертные методы прогнозирования, Комбинированная оценка прогноза, Причинно-следственное прогнозирование.

10. Методические аспекты оценки эффективности элементов комплекса маркетинга: Методы оценки эффективности товарной политики, Методы оценки эффективности ценовой политики, Методы оценки эффективности сбытовой политики, Методы оценки эффективности коммуникационной политики

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Цифровой маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа, практические – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Цифровая экономика. Маркетинг в цифровой экономике.
2. Проектирование и разработка Web сайтов.
3. Реклама в Интернете.
4. Реклама и продвижение в социальных сетях.
5. Основы Web-аналитики.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Ценовая политика организации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – зачёт.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение **расчетно-графического задания.**

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

**1. Теоретические основы и методология ценообразования. Цена в системе маркетинга** (Введение в ценообразование. Цена как экономическая категория. Цена как элемент комплекса маркетинга. Общий порядок формирования цен)

**2. Понятия, факторы и закономерности ценообразования** (Понятие и общий механизм ценообразования. Рыночные закономерности и факторы ценообразования)

**3. Ценовая политика фирмы. Стратегия и тактика ценообразования** (Ценовая политика предприятия: сущность, принципы, факторы. Стратегии ценообразования: алгоритм формирования, этапы, основные группы. Маркетинговые стратегии ценообразования. Тактическое ценообразование и адаптация цены на рынке)

**4. Методы ценообразования** (Затратные методы ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Конкурентные методы ценообразования. Комбинированные методы ценообразования)

**5. Управление ценами** (Организация контроля за ценами на предприятии. Методы тестирования цен)

**6. Ценовые исследования: анализ и прогнозирование** (Анализ состояния и взаимодействия цен. Анализ конкурентоспособности товара по цене. Оценка соответствия цены и качества. Анализ ценовой эластичности. Марочное ценообразование: подходы и оценки. Анализ ценовой динамики и прогнозирование)

**7. Ценообразование на различных типах рынка** (Ценообразование на рынках товаров промышленного назначения. Ценообразование на рынках товаров потребительского назначения)

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Бренд-менеджмент»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет .

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа, практические – 17 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Управление брендами.
2. Развитие бренда.
3. Ребрендинг.
4. Капитал бренда.
5. Глобальный бренд-менеджмент.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**  
(шифр и наименование образовательной программы)

**Аннотация рабочей программы**

**дисциплины «Управление маркетингом»**  
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные – 30 часов, практические занятия – 30 часов, консультации – 5 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 115 часов.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Маркетинговый подход в деятельности фирм. Уровни управления маркетингом.

Место маркетинга в системе управления предприятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Особенности построения оптимальной структуры управления предприятием, действующим на принципах маркетинга.

Виды организационных структур службы маркетинга. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга. Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.

Проектирование системы маркетинговой службы. Методы проектирования маркетинговых служб. Методы расчета численности персонала. Требования к работникам в области маркетинга. Мотивация персонала службы маркетинга.

Оценка эффективности работы маркетинговой службы. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности. Показатели эффективности управленческой деятельности. Оценка эффективности организации маркетинговой деятельности.

Маркетинговое планирование. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Классификация программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов).

Планирование маркетинговой деятельности по уровням управления. Стратегические и тактические решения на корпоративном уровне. Стратегические решения на функциональном уровне (сегментация рынка и позиционирование). Управление маркетинговой деятельностью на инструментальном уровне. Управление продуктом, каналами распределения, маркетинговыми коммуникациями.

Контроль и маркетинговый анализ деятельности предприятия. Маркетинговый анализ. Цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммерческая деятельность»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 30 часов, практические – 30 часов, лабораторных занятий – 0 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 151 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение **курсовой работы**

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- 1. Теоретические основы и содержание коммерческой деятельности на предприятии** (Роль и задачи коммерческой деятельности организации. Исследование рынков в целях коммерческой деятельности. Формы коммерческих расчетов. Эффективность коммерческой деятельности. Планирование и организация деятельности предприятия по закупке ресурсов. Сбытовая система предприятия. Структура и содержание договора купли-продажи. Организационные основы продвижения товара)
- 2. Организованные формы коммерческой деятельности** (Содержание коммерческой деятельности на биржах. Торги в коммерческой деятельности. Принципы и формы встречной торговли. Организация арендных операций)

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**  
(шифр и наименование образовательной программы)

**Аннотация рабочей программы**

**дисциплины «Отраслевой маркетинг»**  
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные – 40 часов, практические занятия – 20 часов, консультации – 6 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 114 часов.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Маркетинг в промышленности (аналитическая функция маркетинга на предприятии; производственная функция маркетинга на предприятии; сбытовая функция маркетинга на предприятии; функция управления и контроля).
2. Маркетинг в агробизнесе (особенности рынков в комплексе агробизнеса; спрос и товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров; особенности ценообразования в сельском хозяйстве).
3. Маркетинг в оптовой и розничной торговле (маркетинг закупок; маркетинг сбыта продукции; маркетинг в оптовой торговле; маркетинг в розничной торговле; маркетинг в складском хозяйстве).
4. Маркетинг в инвестиционной сфере торгово-посреднических организаций (Концепция маркетинга и ее функции; основные функции торгового посредника).
5. Маркетинг в сфере услуг (туристический маркетинг; банковский маркетинг; маркетинг образовательных услуг; маркетинг в рекламном бизнесе; маркетинг в сфере услуг).



# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования конкурентной среды»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часов, практические – 34 часов, лабораторных занятий – 0 часов. самостоятельная работа обучающегося составляет 73 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Исследование и анализ конкурентной среды: конкуренция и конкурентная среда предприятия, порядок проведения анализа состояния конкуренции на рынке, государственное регулирование конкурентоспособности предприятий, исследование конкурентной среды и рыночной конъюнктуры, инструментарий сбора информации о конкурентной среде, принципы применения выборочных методов, маркетинговые шкалы, организация и проведение маркетингового исследования конкурентной среды, технологии и методы конкурентного анализа, матричные методы анализа конкурентов, многоугольник и интегральные показатели конкурентоспособности, динамический метод оценки конкурентов, составление конкурентной карты, бенчмаркинг как направление маркетинговых исследований конкурентной среды, конкурентная разведка, накопление и систематизация информации, средства и технологии ведения конкурентной разведки.

2. Конкурентное управление организацией: конкурентное управление в современной концепции менеджмента, информационное обеспечение конкурентного управления, конкурентная стратегия организации, понятие и классификация конкурентных стратегий, базовые условия функционирования отраслей и рынков, оценка реализации конкурентной стратегии, выбор стратегического конкурентного поведения, конкурентное позиционирование фирмы, методы анализа и выбора стратегических хозяйственных единиц, конкурентный потенциал компании и возможности его реализации, методы оценки конкурентоспособности организации, система управления конкурентоспособностью фирмы, методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг, обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг, реализация конкурентных преимуществ организации, партнерские отношения в конкурентной среде.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**  
(шифр и наименование образовательной программы)

**Аннотация рабочей программы**

**дисциплины «Управление маркетинговыми рисками»**  
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные – 34 часа, практические занятия – 17 часов, консультации – 3 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа.

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

**Сущность маркетингового риска и его роль в развитии организации.**

Понятие маркетингового риска, его основные черты. Источники и причины возникновения маркетинговых рисков. Классификация рисков. Проблемы риск-менеджмента в условиях российского предпринимательства.

**Методы выявления риска**

Техники и инструменты идентификации рискообразующих факторов. Основные подходы к выявлению риска.

**Количественная и качественная оценка маркетинговых рисков**

Подходы к оценке уровня риска. Количественная оценка рисков. Принятие рискованных решений на основе показателей дисперсии и коэффициента вариации. Основная характеристика метода построения деревьев событий, алгоритм его применения, случаи целесообразности применения данного метода. Характеристика метода «События-последствия», целесообразность использования. Интегральная оценка риска.

**Методики и пути минимизации риска**

Возможные реакции предприятия на рисковую ситуацию. Стратегии поведения в рискованной ситуации (уклонение, сокращение, передача). Метод разделения риска (дифференциация и дублирование). Диверсификация видов деятельности и зон хозяйствования. Диверсификация сбыта и поставок. Диверсификация инвестиций. Методы компенсации. Стратегическое планирование деятельности. Прогнозирование внешней среды. Мониторинг социально-экономической, нормативно-правовой базы. Создание системы резервов. Активный целенаправленный маркетинг. Прогнозирование рисков. Метод отказа от риска. Концепция приемлемого риска.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**(профиль «Маркетинг»)**  
**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Стратегия и тактика бизнеса»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа, практические занятия – 17 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 54 часа. Учебным планом предусмотрено выполнение расчетно-графической работы с объемом самостоятельной работы студента – 18 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Раздел 1. Введение в дисциплину «Стратегия и тактика бизнеса»

Раздел 2. Сущность стратегического маркетинга. Современные черты

Раздел 3. Маркетинговые стратегии

Раздел 4. Стратегии развития бизнеса организации

Раздел 5. Стратегический анализ организации в бизнес среде

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 340 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: практические - 340 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Основы здорового образа жизни студента.
2. Биологические основы физической культуры. Двигательная активность в обеспечении здоровья.
3. Средства физической культуры в регулировании работоспособности организма студента.
4. Основные понятия и содержание физической культуры и физического воспитания.
5. Основы самостоятельных занятий физической культуры и спортом. Профилактика травматизма.
6. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.
7. Спорт. Характеристика его разновидностей и особенности организации.
8. Студенческий спорт, особенности его организации.
9. Олимпийские игры.
10. Спорт в Белгородской области.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Товарная политика организации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа, практические – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Основы формирования товарной политики организации
2. Управление жизненным циклом товара
3. Ассортиментная политика предприятия
4. Управление товарным ассортиментом предприятия
5. Управление конкурентоспособностью товара
6. Позиционирование товара
7. Торговые марки в товарной политике предприятия
8. Сервис в системе товарной политики организации

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление продуктовым портфелем»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – 34 часа, практические – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 107 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Продуктовый микс и управление его бренд-структурой.
2. Анализ продуктового портфеля на основе матрицы Boston Consulting Group.
3. Анализ ролей брендов по классификации Д. Аакера.
4. Анализ ролей в продуктивном портфеле компании на основе выявления ключевых потребностей в продуктовой категории (Need State анализ).
5. Организация маркетинговых усилий компании в соответствии с целью по имплементации централизованного подхода в управлении продуктовым портфелем компании.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговый консалтинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 зачётные единицы, 144 часов**, форма промежуточной аттестации – **дифференцированный зачёт**.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – **34 часов**, практические – **34 часов**, лабораторных занятий – **0 часов**, самостоятельная работа обучающегося составляет **73 часа**.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графическое задание.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. **Понятие, цели и задачи маркетингового консалтинга** (Понятие консалтинга. Типы и классификация маркетингового консультирования. Организация работы консультантов по маркетингу и консалтинговых фирм)

2. **Процесс маркетингового консультирования** (Консалтинговый процесс. Маркетинговое консультирование как актив предприятия).

3. **Разработка и принятие консалтингового решения. Консалтинговый проект** (Консалтинговое решение. Консалтинговый проект. Маркетинг консалтинговых услуг).

4. **Документальное сопровождение работы консультантов** (Формы соглашений между консультантами и предприятиями. Структура и содержания договора)

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговый контроллинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 зачетные единицы, 144 часа**, форма промежуточной аттестации – **дифференцированный зачёт**.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – **34 часов**, практические – **34 часов**, лабораторных занятий – **0 часа**, самостоятельная работа обучающегося составляет **73 часа**.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение **расчетно-графического задания**.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

**1. Теория контроллинга.** Методические аспекты контроллинга (Теоретические основы контроллинга. Инструментальные аспекты контроллинга. Классификация систем управленческого учета затрат).

**2. Управление затратами** (Учет затрат при установлении цены на продукцию. Управление затратами в процессе производства. Методы учета затрат. Использование маржинального подхода при принятии управленческих решений).

**3. Организация системы контроллинга на предприятии** (Предпосылки формирования системы контроллинга. Проектирование системы контроллинга на предприятии. Основные функции и задачи службы контроллинга. Информационная поддержка контроллинга)



# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление цепями поставок»

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 зачетных** единиц, **180 часов**, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – **34 часов**, практические – **34 часов**, лабораторных занятий – **0 часов**, самостоятельная работа обучающегося составляет **107 часов**.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

**1. Сущность, значение и эффективность УЦП** (Развитие управления цепями поставок. Роль УЦП в экономике предприятия. История развития УЦП. Сущность цепей поставок и управления ими. Эффективность управления цепями поставок)

**2. Основные решения при управлении цепями поставок** (Классификация и взаимосвязь основных уровней принятия решений в УЦП. Стратегия конкурентного поведения и стратегия УЦП. Стратегический уровень принятия решений при УЦП: основные области принятия решений. Стратегический уровень принятия решений в УЦП. Проектирование структуры дистрибуции и производства. Выбор поставщиков и построение системы взаимодействия. Тактический уровень принятия решений в УЦП. Оперативный уровень принятия решений при УЦП)

**3. Неопределённость в цепях поставок** (Проблема неопределённости и риск в цепях поставок. Концепция комплексной безопасности цепей поставок. Снижение неопределённости в цепях поставок)

**4. Координация цепей поставок** (Значение координации в УЦП. Концепции и технологии координации цепей поставок)

**5. Контроллинг цепей поставок** (BSC – система сбалансированных показателей. SCOR – референтная модель цепей поставок)

**6. Тенденции развития управления цепями поставок** (Определение критериев классификации различных форм управления цепями поставок в виртуальных предприятиях. Гибкие цепи поставок. Управление долгосрочным развитием цепей поставок)

**7. Адаптивные цепи поставок** (Основные концепции адаптивных цепей поставок. Определение адаптивных цепей поставок и управления адаптивными цепями поставок)

**8. Организация взаимодействия предприятий в цепях поставок (Изменения организационного ведения бизнеса. Аутсорсинг)**

**9. Процессы и их оптимизация: основные понятия и категории (Оптимизация бизнес-процессов. SCOR – референтная модель операций цепей поставок. Уровни представления процессов в SCOR-модели. ARIS – архитектура информационных систем. IDEF – интегрированное функциональное моделирование. Организационная модель цепи поставок на макроуровне. Функциональная модель цепи поставок на синтаксическом уровне)**

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02-02 Маркетинг

### Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление партнёрскими отношениями»

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 зачетных единиц, 180 часов**, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные – **34 часов**, практические – **34 часов**, лабораторных занятий – **0 часов**, самостоятельная работа обучающегося составляет **107 часов**.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

**1. Понятие партнерских отношений** (История развития делового взаимодействия коммерческих организаций. Партнерские отношения в понимании различных социально-экономических теорий. Понятие партнерских отношений. Цель, задачи и принципы партнерских отношений. Атрибуты системы деловых партнерских отношений)

**2. Структура системы партнерских отношений** (Атрибуты системы деловых партнерских отношений. Структура системы деловых партнерских отношений. Поток и потоковые процессы системы партнерских отношений. Внешняя организационная среда системы деловых партнерских отношений)

**3. Субъектная структура партнерской среды** (Производственная и торгово-предпринимательская среда. Кредитно-финансовая и инвестиционная среда. Правовая и юридическая среда (Адвокатские образования. Техно-технологическая и инновационная среда. Информационная среда. Аналитическая и образовательная среда. Административная среда. Общественная и социальная среда)

**4. Формы деловых партнерских отношений** (Факторы, влияющие на структуру и содержание деловых партнерских отношений. Особенности взаимодействия в границах основных организационно-управленческих форм. Особенности взаимодействия в некоммерческих объединениях. Особенности взаимодействия в организациях, созданных без права юридического лица. Особенности взаимодействия в международных организациях, осуществляющих деятельность на территории РФ. Формы партнерских отношений, в зависимости от места предприятия в структуре отношений и принципов подчиненности. Формы партнерских отношений, в зависимости от места предприятия в структуре отношений и принципов подчиненности. Партнерские отношения, в зависимости от принципов и подходов к созданию добавочной стоимости)

**5. Управление деловыми партнерскими отношениями** (Алгоритмика управления системой деловых партнерских отношений. Процедуры управления деловыми партнерскими отношениями)

**6. Координация и интеграция деятельности в системе партнерских отношений** (Значение и сущность координации и интеграции деятельности в системе партнерских отношений. Межфункциональная интеграция. Конфликты процесса деловых отношений)

**7. Контроллинг системы партнерских отношений** (Контроллинг в организационно-управленческих системах. Система показателей эффективности партнерских отношений. Идентификация процессов системы партнерских отношений)