

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.04.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Иностранный язык в профессиональной и научной
деятельности»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: практические ; самостоятельная работа . Выполнение ИДЗ

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
38.04.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Методология научного познания»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные ; практические; консультации ; самостоятельная работа .
Выполнение ИДЗ

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Философия как рефлексия науки. Специфика философского осмысления техники.

Основные аспекты бытия науки. Наука как социокультурный феномен. Научное знание как историческая реальность: основные концепции и проблемы.

Научная картина мира.

Место техникзнания в системе наук.

Философские проблемы техники и техникзнания.

Проблема единства мира в современном научно-философском знании. Основные тенденции развития современной науки и техники.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.04.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Социальная инженерия»

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

Программой дисциплины предусмотрены занятия: лекционные , практические , консультации , самостоятельная работа. Выполнение ИДЗ

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Социальная инженерия как наука.
2. Управленческое воздействие. Социальная инженерия в управленческой сфере.
3. Социальные технологии.
4. Социальная диагностика: цели, этапы проведения.
5. Технология социального проектирования.
6. Технологии прогнозирования социально-экономических процессов.
7. Социальная работа с молодежью как технологический процесс.
8. Технологии и механизмы обеспечения социальной безопасности.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.04.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управленческая экономика»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные ; практические ; консультации ; самостоятельная работа

Учебным планом предусмотрено ИДЗ с объемом самостоятельной работы студента

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Понятие «управленческая экономика» и поведение фирмы. Понятие «управленческая экономика» и ее взаимосвязь с другими научными дисциплинами. Теория управления фирмой и ее различные модели, их использование для определения и прогнозирования поведения фирмы. Анализ современной концепция стоимости как средства измерения богатств собственника в терминах текущей стоимости для предполагаемого потока прибыли в будущем.

2. Методы оптимизации в средах решений. Теория полезности и понятие «среды решений в условиях определенности, риска и неопределенности». Методы выработки оптимальных решений в этих условиях.

3. Спрос. Анализ природы и источников спроса; методы количественного измерения и прогнозирования. Поведение потребителя, функция и эластичность спроса, его прогнозирование.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.04.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Современный стратегический анализ»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные; практические ; консультации ; самостоятельная работа .

Учебным планом предусмотрено РГЗ с объемом самостоятельной работы студента .

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Стратегический анализ и его роль в информационной системе организации. Этапы становления стратегического управления. Структура стратегии: долговременные цели (планы, программы), технологии, ресурсы, система управления. Классификация стратегий. Определение миссии, видения и целей организации.

Технология стратегического анализа. Анализ внешней среды. Факторы влияющие на внешнюю среду. Анализ макроокружения. Анализ микроокружения. Анализ финансов. Анализ денежных потоков. Анализ финансового состояния организации. Анализ рынка. Анализ факторов, влияющих на рыночную среду.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг взаимоотношений и программы лояльности»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачёт.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, лабораторных занятий, самостоятельная работа.

Учебным планом дисциплины предусмотрено выполнение расчётно-графического задания с объёмом самостоятельной работы студента.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Понятие партнерских отношений
2. Структура системы партнерских отношений
3. Субъектная структура партнерской среды
4. Формы деловых партнерских отношений
5. Управление деловыми партнерскими отношениями
6. Координация и интеграция деятельности в системе партнерских отношений
7. Контроллинг системы партнерских отношений
8. Лояльность потребителей и клиентоориентированность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление маркетинговыми проектами»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, самостоятельная работа обучающегося.

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы с объемом самостоятельной работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Сущность маркетингового проекта как объекта управления
2. Участники проекта
3. Процессы управления проектами. Маркетинговый проект
4. Управление рисками маркетингового проекта
5. Оценка эффективности маркетингового проекта
6. Технические средства в управлении эффективностью маркетингового проекта

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация маркетинговых исследований»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 63 ач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные , практические занятия , консультации , самостоятельная работа .

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы с объемом самостоятельной работы студента.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Содержание и направления маркетинговых исследований
2. Организация процесса маркетинговых исследований
3. Маркетинговая информация
4. Методы сбора первичной информации
5. Разработка форм для сбора данных
6. Планирование выборки
7. Методы анализа маркетинговой информации
8. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммуникационная поддержка маркетинговых решений»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные , практические . самостоятельная работа

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

1. Виды и специфика маркетинговых решений
2. Коммуникационная модель маркетинга
3. Принципы формирования программ поддержки маркетинговых решений
4. Реклама как форма коммуникационной поддержки проекта
5. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций
6. Public relations как форма поддержки маркетинговых решений
7. Технология планирования коммуникаций проекта

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление продажами»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, самостоятельная работа

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы с объемом самостоятельной работы студента .

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Технология продаж
2. Организация работы отдела продаж
3. Структура продаж и особенности взаимодействия с клиентами
4. Установление и поддержание контакта
5. Организация презентация товаров и подготовка к переговорам

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Эффективность корпоративного маркетинга»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, самостоятельная работа обучающегося

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Результативность бизнеса корпорации
2. Принципы построения системы показателей результативности бизнеса
3. Основные нефинансовые показатели эффективности маркетинга
4. Финансовые показатели эффективности маркетинга
5. Показатели эффективности интернет-маркетинга
6. Система сбалансированных показателей в маркетинге и сбыте
7. Маркетинг и всеобщее управление качеством

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление ценовой политикой»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – – *дифференцированный зачет*.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, самостоятельная работа обучающегося

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Цена в современной экономике
2. Основные концепции ценообразования
3. Состав и структура цены и факторы, влияющие на них
4. Система и виды цен, ее специфика в новой экономике
5. Методы ценообразования
6. Стратегии ценообразования

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративные маркетинговые стратегии»

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

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Раздел 1. Корпорация. Корпоративное управление

Раздел 2. Стратегии корпораций и организационные структуры, как средство реализации выбранной стратегии

Раздел 3. Корпоративный маркетинг

Раздел 4. Корпоративные маркетинговые стратегии

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг инноваций»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные, практические, самостоятельная работа

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

1. Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

2. Маркетинг инноваций: ключевые понятия, функции, технологии и инструменты

3. Инновационные процессы и проекты

4. Организационные формы инновационной деятельности

5. Жизненный цикл инноваций

6. Характеристика рынка инноваций

7. Маркетинговые решения на стадии инициации инноваций в организации

8. Роль маркетинга в формировании инновационных стратегий

9. Разработка инновационного продукта

10. Продвижение инноваций

11. Маркетинг инновационного проекта

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии комплексного интернет-маркетинга»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные , практические, самостоятельная работа

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете
2. Инструменты Интернет-маркетинга
3. Монетизация Интернет-проектов
4. Анализ эффективности деятельности компании в Интернете.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Цифровая трансформация маркетинговой деятельности»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные , практические , самостоятельная работа

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Основные понятия дисциплины. Нормативно-правовое регулирование цифровой экономики в РФ
2. Анализ перспектив развития цифрового маркетинга с использованием информационных сервисов
3. Цифровизация маркетинга в отраслях
4. Оценка эффективности цифровизации маркетинга

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление портфелем продуктов и брендов»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные , практические , самостоятельная работа

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Концептуальные основы управления портфелем продуктов и брендов.
2. Стратегические и методические аспекты управления портфелем продуктов и брендов.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.04.02 Менеджмент Корпоративный маркетинг

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративная айдентика»

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий: лекционные , практические , самостоятельная работа

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

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Теоретические вопросы разработки фирменной айдентики.
2. Элементы и этапы разработки корпоративной айдентики
3. Айдентика как инструмент коммуникации организации.
4. Дизайн-разработка графики для предприятия
5. Методика оценки эффективности корпоративной айдентики компании