

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Диджитл маркетинг»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Диджитал маркетинг» относится к дисциплине по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины: раскрывается содержание и специфика маркетинга в сети Интернет, приводятся конкретные направления и примеры использования инструментов маркетинговых исследований, продвижения, контрольных мероприятий в сети Рунета для успешного позиционирования компании на рынке, эффективного диалога с целевыми аудиториями потребителей и партнеров.

Рассматриваются примеры эффективного ведения бизнеса известными и малоизвестными российскими брендами. Анализируются современные инструменты маркетинговых коммуникаций в Интернете (контекстная и медийная реклама, PR, вирусный маркетинг, интернет продвижение в социальных медиа) с учетом специфики целевых аудиторий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-5; профессиональных –ПК -2.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины "Диджитал-маркетинг" являются:

- знать современные направления развития интернет-маркетинга, организацию электронной коммерции, принципы составления аналитического отчета оценки рекламной кампании и структуру ее сводки;
- уметь использовать международный опыт и российскую практику организации маркетинговой деятельности в Интернете, выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет, анализировать показатели медиапланирования применительно к потребительской аудитории Интернета;
- владеть навыками формирования целей для разработки интернет сайта в бизнес-среде, технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет, методикой расчета эффективности интернет-маркетинга.
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей

придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**«Учебная практика, ознакомительная»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Учебная практика, ознакомительная реализуется на факультете управления, кафедрой «Маркетинг и логистика». Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

Учебная практика, ознакомительная - обучающихся на уровне ВО магистратура является практикой по получению первичных профессиональных умений и навыков. В соответствии с ФГОСВО учебная практика проводится стационарно в структурных подразделениях университета (на кафедрах, в лабораториях, имеющих необходимый научно-технический и кадровый потенциал) или на предприятии (в организации, учреждении). Объекты учебной практики, ознакомительной- устанавливаются кафедрой в соответствии с программой практики. При прохождении практики магистранты могут выполнять функции дублеров на выделенном рабочем месте. Прохождение практики оформляется в виде приказа по университету, в котором определяются сроки, объекты и руководители практики, график защиты отчетов по практике. Требования к входным компетенциям, приобретаемым в результате освоения программы учебной практики, ознакомительной: - умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, свободно владеть литературной и деловой письменной устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний; - способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; - осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - способность применять основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем; - способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; - готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления. Прохождение учебной практики, ознакомительной необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для усвоения учебных дисциплин профессионального цикла. Компетенции, реализуемые в результате прохождения учебной практики, ознакомительной; ПК-14.

Объем учебной практики 6 зачетных единиц в 9 семестре, 216 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями учебной практики, ознакомительной магистрантов являются:

- обобщение и критическая оценка результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями, выявление перспективных направлений в рамках темы магистерской диссертации;

- глубокое изучение научной проблемы, выделение особенностей проблематики исследования; - подготовка чернового варианта первой главы магистерской диссертации.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Методология и методы исследования в менеджменте»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина "Методология и методы исследования в менеджменте" в обязательную часть ОПОП образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой менеджмента. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обоснованием, выработкой и принятием эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности менеджеров, а интеграцией всех знаний, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:  
Универсальные УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.  
Общепрофессиональные ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) Экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 академических часов.

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Методология и методы исследования в менеджменте» является:

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде;

- выявление роли управления человеческими ресурсами в процессе управления деятельностью предприятия;
- изучение основного инструментария управления работниками; - получение и анализ кадровой информации для принятия управленческих решений. Задачи освоения дисциплины:
- формирование комплексных знаний и практических навыков в области принятия эффективных управленческих решений;
- формирование у магистрантов владений навыками проведения научных исследований, начиная от постановки проблемы, выбора методов исследования, планирования и проведения эксперимента и заканчивая анализом и интерпретацией полученных результатов;
- привитие магистрантам умений квалифицированного использования современных теоретических и экспериментальных методов исследований.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Современный стратегический анализ»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Экономико-математическое моделирование в менеджменте»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Экономико-математическое моделирование в менеджменте» входит в обязательную часть общенаучный модуль основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой бизнес-информатики и высшей математики. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с экономико-математическим моделированием в менеджменте, навыками решения оптимизационных задач, выявления и количественного определения (на основе статистических данных) взаимосвязей, существующих между экономическими величинами и процессами и оценивающих, существующие причинно-следственные связи.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1, ОПК-1. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущий контроль в форме опроса, письменных контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины - 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Экономико-математическое моделирование в менеджменте» являются:

- формирование комплекса компетенций, необходимых для решения профессиональных задач;
- получение теоретических знаний о менеджменте, а также практических навыков применения процессного подхода, необходимых для решения задач, возникающих в практической деятельности.
- проведение обследования прикладной области в соответствии с профилем подготовки;
- применение системного подхода к решению прикладных задач.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Управление проектами» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина "Управление проектами" входящая в обязательную часть ОПОП образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Маркетинг

Дисциплина "Управление проектами» реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обоснованием, выработкой и принятием эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности менеджеров, а интеграцией всех знаний, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных: Универсальные УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Общепрофессиональные ОПК- 4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций Профессиональные ПК-2. Способен управлять проектами и их реализацией, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов Профессиональные ПК-5. Обеспечивает качество реализации инвестиционного проекта

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины "Управление проектами" является:

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде;

- подготовка студентов к организационно-управленческой, аналитической и иной деятельности, требующейся в ходе реализации проектов, как в качестве исполнителей, так и руководителей проектов.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Лидерство и командообразование»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Лидерство и командообразование» входит в часть ОПОП формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы магистратуры по направлению 38.03.02 – Менеджмент Направленность (профиль) программы «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент». Предметом дисциплины «Лидерство и командообразование» являются фундаментальные категории и технология разработки, принятия и реализации управленческих решений, а также применение управленческих методов в коллективе организации. Разработка и принятие управленческого решения по праву считается ключевым звеном процесса управления, обуславливающим достижение управленческих целей и эффективность функционирования организации.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций у выпускника: Универсальные, УК-3. профессиональных-ПК-4, Курс «Лидерство и командообразование» ориентирован на привитие студентам профессиональных навыков, необходимых в реальной управленческой деятельности. Данный учебный курс включает значительный объем самостоятельной работы. В курсе одновременно рассматриваются методологические проблемы и конкретные рекомендации успешных менеджеров. В значительной степени обучение предполагает выработку у студентов навыков работы над собой в целях профессионального роста.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и кейсов и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 экзаменационные единицы, в том числе 108 ч. в академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Лидерство и командообразование» является:

- формирование теоретических знаний о методах разработки, принятия и реализации управленческих решений и практических навыков находить организационно-управленческие решения в команде;
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде;
- готовность нести ответственность, а также исследование лидерства в команде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Конституционная стратегия развития управленческой деятельности»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Конституционная стратегия развития управленческой деятельности» входит в обязательную часть ОПОП магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг», «Управление развитием бизнеса».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой государственного и муниципального управления. Предметом изучения дисциплины являются основы формирования аппарата государственного управления, стратегия их развития, организация органов государственной власти и местного самоуправления, устройство государства и общества, основные права, свободы и обязанности человека и гражданина в РФ. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК – 1, общепрофессиональных – ОПК – 1, профессиональных – ПК – 10.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации. Программой дисциплины предусмотрены проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: 1) текущий контроль в форме устного и письменного опросов, тестирования, выступления на семинарских занятиях, проверки внеаудиторной самостоятельной работы; 2) коллоквиум по завершении дисциплинарного модуля в форме письменной работы, выполнения кейс-заданий; 3) итоговый контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе в 108 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями изучения дисциплины «Конституционная стратегия развития управленческой деятельности» являются:

– освоение студентами важнейших основ формирования Российского государства, а именно конституционного строя Российской Федерации, конституционных прав и обязанностей человека и гражданина, основ правового статуса личности в РФ, конституционно – правовых основ формирования органов государственной власти и местного самоуправления, избирательного права граждан и федеративного устройства РФ.

– студент должен четко усвоить общие понятия о конституционном строительстве нашего государства, уметь самостоятельно анализировать статьи Конституции РФ как главного, основного Закона РФ и ведущего источника не только конституционного, но и всех остальных отраслей права, а также овладеть основными навыками практического использования норм конституционного права.

– достижение всестороннего глубокого понимания студентами значения Конституции и законов в нашей повседневной жизни, важности осознания прав и свобод человека и гражданина для становления личности как правового индивида, природы и сущности конституционно-правовых отношений, приобретение опыта толкования, применения действующего законодательства, необходимого в практической деятельности студентов экономических специальностей.

– воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Теория и методология маркетинговых исследований»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Теория и методология маркетинговых исследований» входит в модуль профильной направленности, формируемая участниками образовательных отношений программы магистратуры по направлению 38.04.02–Менеджмент, направленности (профиль) – Маркетинг.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. При изучении дисциплины студенты магистратуры ознакомятся с основными проблемами теории и практики маркетингового исследования; освоят методологию анализа и прогнозирования рыночной ситуации, методы изучения реакции рынка на изменение рыночных условий, рассмотрят вопросы конкурентного анализа и изучения покупательского поведения.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных организацией и проведением маркетинговых исследований в организации, изучением современных способов методов маркетинговых исследований. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускник а: общепрофессиональных –ОПК-1, ОПК-2, профессиональных –ПК-1, ПК-5, ПК-10.



Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах - 108 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Теория и методология маркетинговых исследований» являются:

- формирование у студентов системного представления об информационном обеспечении процесса принятия управленческих решений, в частности разработка оптимального для текущего момента комплекса маркетинга компании, изучение методов проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию управленческих решений

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинговый аудит» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинговый аудит» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Курс раскрывает теоретические и практические основы построения системы проведения всех видов маркетингового аудита в компании силами сотрудников маркетингового подразделения, а также с привлечением сторонних аудиторских и консалтинговых агентств с акцентом на оптимальные исполнения в условиях дефицита финансовых и трудовых ресурсов. В курсе подробно исследуются методики построения, планирования маркетингового аудита в компании, этапы разработки концепции маркетингового аудита и ситуационного анализа.

### **Особое внимание**

уделяется классификации ошибок системы маркетинга фирмы системного и функционального характера. Подробно разбираются формы аудита, их преимущества и недостатки, проблемные зоны, условия их эффективного проведения.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2, ПК-3.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108 часов.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Маркетинговый аудит» являются:

- научить слушателей пользоваться минимальным практическим инструментарием и примерами опыта других организаций в проведении маркетингового аудита, чтобы выработать в компании и получить задачу проведения маркетингового анализа, аудита или ситуационного анализа, слушатель смог бы самостоятельно организовать и провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладку нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патристических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Маркетинговая логистика»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинговая логистика» входит в модуль профильной направленности, формируемая участниками образовательных отношений программы магистратуры, по направлению 38.04.02 – Менеджмент, направленности (профиль) – Маркетинг.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга и логистики с учетом внешней и внутренней среды; реализации стратегии и тактики маркетинга и логистики; элементов комплекса маркетинга и управления ими; использования маркетингового и логистического инструментария в профессиональной деятельности, формировании и развитии оптимальных хозяйственных связей, управление цепями поставок, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирмы.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2, ПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах - 72ч. по видам учебных занятий

### **Цели освоения дисциплины**

Целями настоящего курса являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Инновационный маркетинг» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Инновационный маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков инновационного маркетинга, стратегий, инструментов, механизмов, видов, технологии и проектирования инновационного алгоритма для высокой рыночной конкурентоспособности экономических объектов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задачи промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями курса являются:

- изучение особенностей маркетинга инновационных продуктов и технологий, понимание наиболее серьезных стратегических проблем маркетингового управления разработкой, выводами и продвижением на рынок инноваций, а также выработка умений и навыков, необходимых для успешной коммерциализации инноваций.

–воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Поведение потребителей товаров и услуг»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Поведение потребителей товаров и услуг» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг» и разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Маркетинг и логистика». Курс дисциплины «Поведение потребителей товаров и услуг» направлен на изучение принципов, методов работы с потребителем на рынке, воздействия на вкусы и предпочтения потребителей, изучение истории изучения потребительского поведения, как в мире, так и в России, исследование теории и практики организации работы в интересах достижения целей организации в работе на потребительском рынке.. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника : профессиональных – ПК-2; ПК-3. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических часах по видам учебных занятий.

**Цели освоения дисциплины**

Целями настоящего курса являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Управление маркетинговыми проектами»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Управление маркетинговыми проектами» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков управления маркетинговыми проектами, стратегий, инструментов, механизмов, видов, технологии и маркетингового проектирования для высокой рыночной конкурентоспособности экономических объектов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-4; профессиональных – ПК -3.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины \_\_2\_\_ зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями настоящего курса являются:

- изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Управление брендом»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Управление брендом» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» и разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Маркетинг и логистика».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями применения методов управления брендами на рынках товаров и услуг.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-3. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Управление брендом являются»:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг региона» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02«Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинг региона» является дисциплиной по выбору образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 – Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением рынка, спроса для реализации всего потенциала и конкурентных преимуществ региона. Рассматриваются вопросы определения роли и функции региональных органов власти и управления как субъектов управления региональным развитием в рыночных условиях.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК-3 и ПК-2. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины - 3 зачетные единицы, в том числе – 108 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Маркетинг региона» являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Стратегическое и тактическое планирование в маркетинге»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Стратегическое и тактическое планирование в маркетинге» входит в обязательную часть ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» и разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Маркетинг и логистика». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, направленных на углубление профессиональных знаний маркетолога в области стратегического тактического планирование в маркетинговой деятельности. Стратегический маркетинг опирается на глубокий анализ рынка, изучение покупательского поведения ,оценки конкурентов и прогнозные расчеты.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-3, ОПК-5, профессиональных –ПК-3. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Стратегическое и тактическое планирование на предприятии» являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Маркетинг на рынке товаров и услуг»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинг на рынке товаров и услуг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением современного инструментария маркетинга, с формированием и оценкой качества потребительских товаров, с особенностями маркетинга для сферы услуг и особенностей предпринимательской деятельности. Рассматриваются современные подходы формирования товарной политики, информационного обеспечения товаров и услуг. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 \_зачетных единиц, в том числе 108 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины « Маркетинг на рынке товаров и услуг» являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Современные концепции маркетинга»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Современные концепции маркетинга» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением современного инструментария маркетинга, получением и анализом маркетинговой информации для принятия управленческих решений. Рассматриваются современные подходы формирования товарной, ценовой политики, а также политики распределения и продвижения. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-4.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 \_зачетных единиц, в том числе 144 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Современные концепции маркетинга» являются:

– изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес процессами в различных сферах экономики

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**«Производственная практика, научно-исследовательская работа»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Производственная практика, научно-исследовательская работа входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02

«Менеджмент» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика, научно-исследовательская работа реализуется на факультете управления, кафедрой «Маркетинг и логистика». Важным инструментом формирования профессиональных компетенций магистров направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» является научно-исследовательская работа (НИР). В ходе НИР обучающиеся имеют возможность формировать компетенции по организации и проведению научно-исследовательской работы необходимые в профессиональной деятельности, в рамках профессиональных задач, определенных ФГОС ВО. Программа научно-исследовательской работы входит в состав комплекта документов образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, реализуемой в образовательном процессе ДГУ в магистратуре. Программа НИР определяет цель (задачи), объем, содержание и требования к планируемым результатам научно-исследовательской работы. Составление, экспертиза и утверждение программы НИР осуществляется в соответствии с требованиями действующих государственных образовательных стандартов высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», моделью выпускника, системой менеджмента качества ДГУ. Программа производственной практики, научно-исследовательской работы составлена в соответствии со следующими документами Министерства образования и науки Российской Федерации, локальными актами ДГУ: - Федеральный Закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря № 2012 г. № 273-ФЗ; - Приказ Министерства образования и науки РФ от 19 декабря 2013 г. N 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры". - приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент (уровень магистратуры)» №322, от 15 апреля 2015 года; - Положение о выпускной квалификационной работе по направлению подготовки (квалификация (степень) «магистр») ДГУ. Программа производственной практики, научно-исследовательской работы обучающихся в магистратуре, связана с областями профессиональной деятельности направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», которая включает: - маркетинговую деятельность в любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления; - управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления; - предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими свое направление; - научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением проблем рынка; - научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Содержание программы производственной практики, научно-исследовательской работы определяется также объектами профессиональной деятельности выпускников, осваивающих программу магистратуры, которыми являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

Производственная практика, научно-исследовательская работа также ориентирована на виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, осваивающие программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент: - научно-исследовательская (основная), организационно-управленческая (дополнительная), - аналитическая (дополнительная).

Научно-исследовательская работа может осуществляться:

- в управленческих подразделениях ДГУ;

- в организациях различной организационно-правовой формой;
- в подразделениях учреждений государственного управления; - в научно-исследовательских центрах;
- в других заинтересованных организациях.

Программа производственной практики, научно-исследовательской работы согласуется с предприятиями, на базе которых организуется проведение научно-исследовательской работы.

### **Цели производственной практики, научно-исследовательской работы**

Целью производственной практики, научно-исследовательской работы магистранта является формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для проведения самостоятельного научного исследования, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Цифровые технологии в маркетинге» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Цифровые технологии в маркетинге» относится к дисциплине по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины: раскрываются общие сведения о теории информации и информационных систем, даны современные направления развития информационных технологий в маркетинге, рассмотрена эволюция и описаны перспективы развития информационных технологий. К тому же выявлены постоянные информационные потребности маркетинга организации, раскрыты методы обработки данных маркетинговых исследований, обоснованы технологии определения статистических показателей при анализе маркетинговой информации, представлены основные методы анализа рынка, раскрыты модели прогнозирования в анализе маркетинговых процессов, обоснована технология решения задач корреляционного и регрессионного анализа и многое другое.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК -2.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Цифровые технологии в маркетинге» являются:

- Знать общие сведения о теории информации, информационных систем и технологий; понятие и сущность маркетинговой информации; основные виды маркетинговой среды; особенности формирования и развития МИС, современных информационных технологий; эволюцию и современное состояние информационных и телекоммуникационных технологий и систем в

маркетинге; особенности рынка МИС: задачи и структуру логистической информационной системы; проблемы и барьеры реализации МИС в различных отраслях;

- уметь обосновывать место и роль информации в системе маркетинга; осуществлять структурно-функциональный анализ существующих моделей МИС; моделировать процессы информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе МИС; использовать сетевые технологии для решения задач маркетинга; выявлять постоянные информационные потребности маркетинга организации; составлять план-график предоставления информации; планировать проведение маркетинговых исследований в структуре МИС; использовать методы анализа маркетинговой информации; оценивать реализацию МИС в разных отраслях и сферах деятельности;

- владеть приемами современной практики разработки модели маркетинговой и информационной системы на основе комплекса маркетинга; навыками оценки современных направлений развития информационных технологий в маркетинге; приемами построения корпоративных информационных систем (КИС); навыками определения наиболее доступной формы представления необходимой информации; методами обработки данных маркетинговых исследований;

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Программное обеспечение маркетинговой деятельности»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Программное обеспечение маркетинговой деятельности» относится к дисциплине по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина «Программное обеспечение маркетинговой деятельности» относится к дисциплине по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины: раскрываются общие сведения о теории информации и информационных систем, даны современные направления развития информационных технологий в маркетинге, рассмотрена эволюция и описаны перспективы развития информационных технологий. К тому же выявлены постоянные информационные потребности маркетинга организации, раскрыты методы обработки данных маркетинговых исследований, обоснованы технологии определения статистических показателей при анализе маркетинговой информации, представлены основные методы анализа рынка, раскрыты модели прогнозирования в анализе маркетинговых процессов, обоснована технология решения задач корреляционного и регрессионного анализа и многое другое

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК -2.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Программное обеспечение маркетинговой деятельности» являются:

- Знать общие сведения о теории информации, информационных систем и технологий; понятие и сущность маркетинговой информации; основные виды маркетинговой среды; особенности формирования и развития МИС, современных информационных технологий; эволюцию и современное состояние информационных и телекоммуникационных технологий и систем в маркетинге; особенности рынка МИС: задачи и структуру логистической информационной системы; проблемы и барьеры реализации МИС в различных отраслях;

- уметь обосновывать место и роль информации в системе маркетинга; осуществлять структурно-функциональный анализ существующих моделей МИС; моделировать процессы информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе МИС; использовать сетевые технологии для решения задач маркетинга; выявлять постоянные информационные потребности маркетинга организации; составлять план-график предоставления информации; планировать проведение маркетинговых исследований в структуре МИС; использовать методы анализа маркетинговой информации; оценивать реализацию МИС в разных отраслях и сферах деятельности;

- владеть приемами современной практики разработки модели маркетинговой и информационной системы на основе комплекса маркетинга; навыками оценки современных направлений развития информационных технологий в маркетинге; приемами построения корпоративных информационных систем (КИС); навыками определения наиболее доступной формы представления необходимой информации; методами обработки данных маркетинговых исследований;

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Основы коммуникационной политики на предприятии»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Основы коммуникационной политики на предприятии» входит в модуль профильной направленности, формируемая участниками образовательных отношений программы магистратуры и является дисциплиной по выбору, по направлению 38.04.02 – Менеджмент, направленности (профиль) – Маркетинг

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Маркетинг и логистика». Содержание курса включает изучение составляющих элемента комплекса маркетинга, продвижения, а именно рекламы, персональных продаж, связей с общественностью и стимулирования сбыта. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2.1; ПК-2.3. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Курс дисциплины «Основы коммуникационной политики на предприятии» представляет собой изложение современных принципов, форм и методов маркетинговых коммуникаций на внутреннем рынке.

- познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов и элементов маркетинговых коммуникаций.

-практическая цель курса состоит в том, что в результате изучения данного курса выпускники должны уметь создавать уникальные торговые предложения различными средствами рекламы, публик рилейшнз, личными продажами, стимулированием сбыта, строить рекламную стратегию с учетом последних достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий, создавать и укреплять имидж предприятия.

- сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения;

- выработать у студентов комплекс умений, необходимых для разработки решений в области рекламы, PR, стимулирования сбыта и персональных продаж. Воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Стимулирование сбыта на предприятии» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02«Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Стимулирование сбыта на предприятии» входит в модуль профильной направленности, формируемая участниками образовательных отношений программы магистратуры и является дисциплиной по выбору, по направлению 38.04.02 – Менеджмент, направленности (профиль) – Маркетинг.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Маркетинг и логистика». Содержание курса включает изучение составляющих элемента комплекса маркетинга, продвижения, а именно рекламы, персональных продаж, связей с общественностью и стимулирования сбыта. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2.1; ПК-2.3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических ч.

## **Цели освоения дисциплины**

Курс дисциплины «Стимулирование сбыта на предприятии» представляет собой изложение современных принципов, форм и методов маркетинговых коммуникаций на внутреннем рынке. Познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов и элементов маркетинговых коммуникаций.

-познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов и элементов маркетинговых коммуникаций.

-практическая цель курса состоит в том, что в результате изучения данного курса выпускники должны уметь создавать уникальные торговые предложения различными средствами рекламы, публик рилейшнз, личными продажами, стимулированием сбыта, строить рекламную стратегию с учетом последних достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий, создавать и укреплять имидж предприятия.

- сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения; - выработать у студентов комплекс умений, необходимых для разработки решений в области рекламы, PR, стимулирования сбыта и персональных продаж.

-воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирования патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ «Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая)» Для подготовки бакалавров по направлению 38.04.02«Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся

Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) реализуется на факультете управления, кафедрой «Маркетинг и логистика».

Важным инструментом формирования профессиональных компетенций магистров направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» является научно-исследовательская работа ( производственной практики). В ходе производственной практики обучающиеся имеют возможность формировать компетенции по организации и проведению научно-исследовательской работы необходимые в профессиональной деятельности, в рамках профессиональных задач, определенных ФГОС ВО.

Программа научно-исследовательской работы входит в состав комплекта документов образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, реализуемой в образовательном процессе ДГУ в магистратуре. Составление,

экспертиза и утверждение программы производственной практики осуществляется в соответствии с требованиями действующих государственных образовательных стандартов высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», моделью выпускника, системой менеджмента качества ДГУ. Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) составлена в соответствии со следующими документами Министерства образования и науки Российской Федерации, локальными актами ДГУ: - Федеральный Закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря № 2012 г. № 273-ФЗ; - Приказ Министерства образования и науки РФ от 19 декабря 2013 г. N 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры". - приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент (уровень магистратуры)» №322, от 15 апреля 2015 года; - Положение о выпускной квалификационной работе по направлению подготовки (квалификация (степень) «магистр») ДГУ.

Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) обучающихся в магистратуре, связана с областями профессиональной деятельности направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», которая включает:

- маркетинговую деятельность в любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими свое направление;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением проблем рынка;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Содержание программы производственной практики, технологической (проектно-технологической) определяется также объектами профессиональной деятельности выпускников, осваивающих программу магистратуры, которыми являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы. Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) также ориентирована на виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, осваивающие программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент:
- научно-исследовательская (основная), организационно-управленческая (дополнительная),
- аналитическая (дополнительная), Научно-исследовательская работа может осуществляться: - в управленческих подразделениях ДГУ;
- в организациях различной организационно-правовой формой;
- в подразделениях учреждений государственного управления;
- в научно-исследовательских центрах; - в других заинтересованных организациях. Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) согласуется с предприятиями, на базе которых организуется проведение научно-исследовательской работы.



## **Цели производственной практики, технологической (проектно-технологической)**

Целью производственной практики, технологической (проектно-технологической) магистранта является формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для проведения самостоятельного научного исследования, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ «Реклама PR товаров и услуг» Для подготовки бакалавров по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Реклама и PR на рынке товаров и услуг» относится дисциплине по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики. Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков современной рекламы, рекламных концепций, моделей связи с общественностью и видов, грамотного планирования и организации для обеспечения высокой рыночной конкурентоспособности экономических объектов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-1; профессиональных – ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

#### **Цели освоения дисциплины:**

- изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности, формирование стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ «Учебная практика (ознакомительная)» Для подготовки бакалавров по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Учебная практика, ознакомительная входит в обязательный раздел блок 2 «Практика» основной образовательной программы требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на

профессионально-практическую подготовку обучающихся. Учебная практика, ознакомительная реализуется на факультете управления, кафедрой «Маркетинг и логистика». Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. Учебная практика, ознакомительная - обучающихся на уровне ВО магистратура является практикой по получению первичных профессиональных умений и навыков. В соответствии с ФГОСВО учебная практика проводится стационарно в структурных подразделениях университета (на кафедрах, в лабораториях, имеющих необходимый научно-технический и кадровый потенциал) или на предприятии (в организации, учреждении). Объекты учебной практики, ознакомительной- устанавливаются кафедрой в соответствии с программой практики. При прохождении практики магистранты могут выполнять функции дублеров на выделенном рабочем месте. Прохождение практики оформляется в виде приказа по университету, в котором определяются сроки, объекты и руководители практики, график защиты отчетов по практике. Требования к входным компетенциям, приобретаемым в результате освоения программы учебной практики, ознакомительной: - умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, свободно владеть литературной и деловой письменной устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний; - способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; - осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - способность применять основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем; - способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; - готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления.

Прохождение учебной практики, ознакомительной необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для усвоения учебных дисциплин профессионального цикла. Компетенции, реализуемые в результате прохождения учебной практики, ознакомительной; ПК-14. Объем учебной практики 6 зачетных единиц в 9 семестре, 216 академических часов (4 недели). Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета. 1.Цели учебной практики, ознакомительной.

#### **Цели освоения дисциплины:**

Целями учебной практики, ознакомительной являются:

- обобщение и критическая оценка результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями, выявление перспективных направлений в рамках темы магистерской диссертации; - глубокое изучение научной проблемы, выделение особенностей проблематики исследования; - подготовка чернового варианта первой главы магистерской диссертации.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**«Производственная практика (преддипломная)»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Аннотация производственной практики, преддипломной Производственная практика, преддипломная входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 - Менеджмент, направление (профиль) Маркетинг и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Производственная практика, преддипломная входит в блок Б2. Практика основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 – Менеджмент Производственная практика, преддипломная реализуется на факультете управления ДГУ кафедрой «Маркетинг и логистика». Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от ДГУ, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики и осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. Производственная практика, преддипломная реализуется стационарно и проводится на предприятиях на основе соглашений или договоров. ДГУ имеет заключенные договоры о прохождении практик со следующими предприятиями и организациями: - АНО Межрегиональный Маркетинговый центр «Дагестан-Москва». - Министерство по туризму и народным промыслам РД. - Агентство по предпринимательству и инвестициям РД. Производственная практика, преддипломная направлена на получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Производственная практика, преддипломная проводится для выполнения магистерской диссертации и является обязательной. Основным содержанием производственной практики, преддипломная является приобретение практических навыков, а также выполнение индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности. Производственная практика, преддипломная нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, общепрофессиональных: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, профессиональных – ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15 Объем производственной практики, преддипломная 9 зачетных единиц, 324 академических часа. Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета. 1. Цели производственной практики, преддипломной. Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы, далее преддипломная практика, как этап производственной практики магистров проводится после освоения магистрантами программы теоретического и практического обучения и выбора темы магистерской диссертации. Производственная практика, преддипломная магистров проводится с целью сбора материала для выполнения диссертации, приобретения выпускниками профессионального опыта, совершенствования компетенций, проверки готовности магистров к самостоятельной трудовой деятельности. Цели производственной практики, преддипломной: – получение первоначального профессионального опыта, а также проверка профессиональной пригодности магистра к самостоятельной трудовой деятельности; – получение опыта работы в составе малых производственных групп и предприятий; – получение опыта самостоятельного формулирования задач, исходя из поставленной цели; – совершенствование умения собирать, обрабатывать и систематизировать 4 – материалы, полученные из глобальной сети Интернет, из нормативной документации предприятия, из периодических научных изданий, из других литературных источников; – получение практического навыка и опыта по решению реальных производственных задач, связанных с выпускной квалификационной работой магистранта.

Целью производственной практики, преддипломная является также приобретение студентами таких компетенций как:

2. Задачи производственной практики, преддипломной. В области организационно-управленческой деятельности:

- формирование умения теоретически обосновывать подходы к разра-ботке, организации, реализации, контролю и регулированию решений, связанных с управлением туристическими организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в процессе их развития;

- актуализация знаний о факторах, определяющих процесс развития туристических организаций и их отдельных подразделений, а также овладение методологией их моделирования; в области аналитической деятельности;
- выработка умений, связанных с поиском, анализом и оценкой научно-методических подходов к подготовке и принятию управленческих решений на турпредприятиях ;
- формирование навыков разработки и обоснования методов совершенствования управленческих процессов на турпредприятиях;
- формирование умения разрабатывать аналитические и имитационные модели управленческих процессов в социально-экономических системах и оценивать их результаты; в области научно-исследовательской деятельности;
- формирование навыков определения и постановки задач развития научного подхода к решению проблем, связанных с организацией и управлением производственными процессами в системах;
- углубление знаний о научных методах и инструментах проведения маркетинговых исследований и анализа управленческих процессов в социально-экономических системах, а также результатов управленческой деятельности и подходов к их разработке;
- формирование умений построения теоретических научно- исследовательских моделей различных процессов, позволяющих обосновывать управленческие решения;
- развитие навыков поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации научных знаний об управленческих процессах и результатах их реализации в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;
- отработка навыков составления научных и аналитических отчетов о выполненных исследованиях и подготовка научных публикаций;

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**  
**«Производственная практика (научно-исследовательская)»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.04.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Аннотация производственной практики, научно-исследовательская работы Производственная практика, научно-исследовательская работа входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Производственная практика, научно-исследовательская работа реализуется на факультете управления, кафедрой «Маркетинг и логистика». Важным инструментом формирования профессиональных компетенций магистров направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» является научно-исследовательская работа (НИР). В ходе НИР обучающиеся имеют возможность формировать компетенции по организации и проведению научно-исследовательской работы необходимые в профессиональной деятельности, в рамках профессиональных задач, определенных ФГОС ВО. Программа научно-исследовательской работы входит в состав комплекта документов образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, реализуемой в образовательном процессе ДГУ в магистратуре. Программа НИР определяет цель (задачи), объем, содержание и требования к планируемым результатам научно-исследовательской работы. Составление, экспертиза и утверждение программы НИР осуществляется в соответствии с

требованиями действующих государственных образовательных стандартов высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», моделью выпускника, системой менеджмента качества ДГУ. Программа производственной практики, научно-исследовательской работы составлена в соответствии со следующими документами Министерства образования и науки Российской Федерации, локальными актами ДГУ: - Федеральный Закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря № 2012 г. № 273-ФЗ; - Приказ Министерства образования и науки РФ от 19 декабря 2013 г. N 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры". - приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент (уровень магистратуры)» №322, от 15 апреля 2015 года; - Положение о выпускной квалификационной работе по направлению подготовки (квалификация (степень) «магистр») ДГУ. Программа производственной практики, научно-исследовательской работы обучающихся в магистратуре, связана с областями профессиональной деятельности направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», которая включает: - маркетинговую деятельность в любой организационно-правовой форме, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления; - управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления; - предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими свое направление; - научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением проблем рынка; - научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования. Содержание программы производственной практики, научно-исследовательской работы определяется также объектами профессиональной деятельности выпускников, осваивающих программу магистратуры, которыми являются: - процессы управления организациями различных организационно-правовых форм; - процессы государственного и муниципального управления; - научно-исследовательские процессы. Производственная практика, научно-исследовательская работа также ориентирована на виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, осваивающие программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент: - научно-исследовательская (основная), - организационно-управленческая (дополнительная), - аналитическая (дополнительная), Научно-исследовательская работа может осуществляться: - в управленческих подразделениях ДГУ; - в организациях различной организационно-правовой формой; - в подразделениях учреждений государственного управления; - в научно-исследовательских центрах; - в других заинтересованных организациях. Программа производственной практики, научно-исследовательской работы согласуется с предприятиями, на базе которых организуется проведение научно-исследовательской работы.

### **Цели производственной практики, научно-исследовательской работы:**

Целью производственной практики, научно-исследовательской работы магистранта является формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для проведения самостоятельного научного исследования, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации.

Задачи производственной практики, научно-исследовательской работы:

-формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки полученных экспериментальных и эмпирических данных, овладение современными методами исследований; -развитие представления об основных профессиональных задачах, способах их решения, способности самостоятельного проведения научных исследований, оценки научной информации, использования научных знаний в практической деятельности; -обеспечение готовности к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию в научно-исследовательской деятельности.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ «Теория организации и организационное поведение»**

**Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.04.02«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Теория организации и организационное поведение» входит в обязательную часть ОПОП Образовательная программа 38.04.02– Менеджмент направленность (профиль) программы Управление проектами и программами Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент» Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами поведения организационной системы в целом и поведения людей в организации; вопросы результативности организации; развитие культуры организации и культуры поведения отдельной личности в организации. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – УК-6; ОПК-1, ПК-4 Универсальные - УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; общенаучные ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; профессиональные – ПК-4– Способен управлять командами инвестиционного проекта Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа

**Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» является: - воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде; - подготовка специалистов, обладающих знаниями и навыками в области социологии и психологии управления. Задачами курса является изучение: - современных технологий управления, призванных обеспечить эффективность функционирования в условиях неопределенности внешней и внутренней среды; 7 - типов поведения, влияющих на эффективность деятельности организации; - организационных, мотивационных проблем управления организационным поведением в рамках эффективного менеджмента.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ  
«Современные проблемы менеджмента»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.04.02«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Современные проблемы менеджмента» входит в обязательную часть ОПОП образовательной программы 38.04.02– Менеджмент, направленность (профиль) программы «Управление проектами и программами». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент» Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами, с которыми сталкивается современный менеджмент в связи с радикальными изменениями, происходящими в экономической, социальной, технологической сферах. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – УК-1, ОПК-1, ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12. Универсальные – УК – 1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. Общепрофессиональные- ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, и

управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления Профессиональные ПК-1 С способен применять основные научные понятия и категории управленческой экономики и управленческой науки при принятии проектных решений.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме экзамена Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 ч. в академических часа по видам учебных занятий

#### **Цели освоения дисциплины.**

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов представления о проблемах, с которыми сталкивается современный менеджмент в связи с радикальными изменениями, происходящими в экономической, социальной, технологической сферах. Будущие специалисты должны понимать, что менеджмент – развивающаяся область и его невозможно выучить раз и навсегда. Целью освоения дисциплины «Современные проблемы менеджмента» является: - воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде; - подготовка специалистов, обладающих знаниями и навыками в области социологии и психологии управления. Задачи курса: – сформировать у магистрантов фундаментальное представление о тенденциях развития менеджмента вообще, и менеджмента в высокотехнологичных отраслях, в частности; – дать навыки учета взаимосвязи экономической среды и стратегии развития организации; организационной структуры и мотивационной политики организации; выбора стиля лидерства и управления конфликтами