

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

Дисциплина входит в базовый компонент цикла общепрофессиональных дисциплин и является обязательной для изучения. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой экономика труда и управление персоналом. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОК-5, ОПК-1. 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 5 зачетные единицы, в том числе в 108 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с важнейшими институтами права и государства и с важнейшими принципами правового регулирования, которые определяют содержание норм отраслей российского права. Задачами изучения предлагаемого курса в связи с постоянно совершенствующим и претерпевающим изменения в соответствии с Конституцией РФ и другими нормативно-правовыми актами законодательством является: – формирование у студентов необходимого запаса теоретических знаний; – повышение уровня правового поведения; – ознакомление с важнейшими принципами правового регулирования, которые определяют содержание норм отраслей российского права; – прививание навыков правильного ориентирования в системе законодательства, умения соотносить их юридическое содержание с реальными событиями общественной жизни; – обеспечение грамотной борьбы субъектов прав и обязанностей за свои законные интересы. Необходимым условием достижения поставленной цели является работа с нормативными источниками – Конституцией РФ, Гражданским кодексом, Трудовым кодексом, Семейным кодексом, Кодексом об административных правонарушениях, Уголовным кодексом, ФЗ «О государственной тайне», ФЗ «Об охране окружающей среды» и др.

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

Дисциплина «Статистика» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления, кафедрой «Математическое моделирование, эконометрика и статистика». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов комплексного научного подхода к анализу всех явлений общественной жизни, в единстве их количественных и качественных сторон. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурной – ОК-3, профессиональной - ПК-10 . Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущего контроля в форме контрольной работы, тестов, устного

опроса и промежуточного контроля в форме экзамена. Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах 108 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Цели освоения дисциплины соотносятся с общими целями ОПОП ВО по направлению: 38.03.02 Менеджмент.

Целями освоения дисциплины являются привитие студентам статистической грамотности, умения пользоваться статистическими методами при работе с реальной экономической информацией. Задачами изучения дисциплины «Статистика» являются: 1) формирование у студентов комплексного научного подхода к анализу всех явлений общественной жизни, в единстве их количественных и качественных сторон; 2) ознакомление студентов с действующей в стране и за рубежом системой показателей статистики, отражающих состояние и развитие явлений и процессов общественной жизни; 3) овладение инструментарием количественного и качественного анализа, методами сбора и обработки статистической информации при принятии управленческих решений, для изучения экономических и социальных процессов, а также тенденций в современной экономике; 4) ознакомление студентов с реальными параметрами, характеризующими экономику Российской Федерации.

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

Дисциплина «История управленческой мысли» входит в базовую часть ОПОП образовательной программы 38.03.02– Менеджмент, направленность (профиль) программы «Маркетинг».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой Менеджмент. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с представлением о сущности природы управления и развития истории управления, условий и факторов развития менеджмента; Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальные: УК-5- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; Общепрофессиональные: ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; Профессиональные: ПК-4 Способен разрабатывать стратегию компании с целью адаптации ее к изменяющимся рыночным условиям (знает – современные рыночные стратегии оптимизации развития компании, умеет – осуществлять стратегическое и операционное управление компанией) 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 зачетных единиц, в том числе в академических часах 144 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Изучение курса « История управленческой мысли» ставит своей целью изучение методологических основ менеджмента, основных научных школ, современных идей. Понятие современного менеджмента настолько широко, что менеджерам необходимо постоянно использовать в своей деятельности концепции, формулируемые на основе множества базовых идей, которые есть в их распоряжении. Основные цели преподавания дисциплины: – изучение

теорий, созданных представителями основных научных школ менеджмента; – знакомство с первоисточниками в области теорий менеджмента; – изучение наследия российской науки управления и современных практических подходов; – ознакомление с современными зарубежными теориями менеджмента. Целью освоения дисциплины «История управленческой мысли» является:

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических 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;
- выявление роли истории управленческой мысли в процессе управления деятельностью предприятия;
- изучение основного инструментария управления работниками;
- получение и анализ кадровой информации для принятия управленческих решений. Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:
- ознакомить студента с необходимыми сведениями об истории развития управления и деловой предприимчивости в России;
- выделить основные принципы и методы школ менеджмента, изложить концепцию данного вида управления в рыночных условиях; - изучить зарождение и становление управленческой мысли в России;
- рассмотреть основные направления ИУМ в России XIX; - обосновать современные концепции управления

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

Дисциплина «Теория организации» входит в базовую часть ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных законов и принципов организации, как в качестве процесса, так и в качестве явления, на основе анализа конкретных организационных систем.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, общепрофессиональных ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории., профессиональных - ПК-1 Способен разрабатывать стратегию компании с целью адаптации ее к изменяющимся рыночным условиям.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции и практические занятия.

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 в академических часах по видам учебных занятий. Очная форма обучения.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Теория организации» являются приобретение студентами компетенций, необходимых для понимания особенностей поведения людей в организациях, прогнозирования этого поведения и управления им, а также управления организационным развитием.

Основными задачами дисциплины являются:

- углубить знания ключевых концепций и теорий в сфере поведения отдельных индивидуумов в организации, в том числе концепции мотивации;
- обеспечить методикой анализа взаимоотношений индивидуумов в группе и особенностей группового принятия решений;
- подчеркнуть значение важнейших элементов как самой организации, так и ее окружающей среды, и рассмотреть политический контекст организации.
- развить навыки анализа возможностей организационного развития и изменений и обеспечения их реализации.

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

Дисциплина «Организационное поведение» входит в базовую часть ОПОП Образовательная программа 38.03.02– Менеджмент направленность (профиль) программы Маркетинг.

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: - универсальных - УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; - обще - профессиональных – ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; - профессиональных ПК-8 - Способен применять знания об основах профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, текущей деловой оценки персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала в соответствии со стратегическими и тактическими планами компании.

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

**Цели освоения дисциплины** Целью изучения дисциплины «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;

- типов поведения, влияющих на эффективность деятельности организации;

- организационных, мотивационных проблем управления организационным поведением в рамках эффективного менеджмента.

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

Дисциплина « Безопасность жизнедеятельности » входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 менеджмент.

Дисциплина реализуется межфакультетской кафедрой Безопасности жизнедеятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными природными и техносферными опасностями, их свойствами и характеристиками, характером воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду; общую характеристику чрезвычайных ситуаций и причины их возникновения; способы и технологии защиты в чрезвычайных ситуациях; функции и работа органов «Российской системы предупреждения и действий в чрезвычайных ситуациях» Дисциплина нацелена на формирование универсальных УК-8 компетенций выпускника Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа студента, контроль самостоятельной работы.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 в академических часах по видам учебных занятий.

Очная форма обучения.

**Цели освоения дисциплины:**

Целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, в повседневной жизни, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

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

Дисциплина «Маркетинговые исследования» входит в базовую часть ОПОП образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, направленности (профиль) - Управление бизнесом, Маркетинг.

При изучении дисциплины студенты 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.

Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами, при изучении следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Анализ поведения потребителей», «Статистика», «Основы маркетинга», «Менеджмент», «Математические методы и моделирование в маркетинговой деятельности», «Коммерческая деятельность», «Информатика», «Управление качеством», «Стратегический менеджмент», «Логистика», «Организация, технология и проектирование предприятий».

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общеупрофессиональных - ОПК-2, ОПК-4, профессиональных - ПК-1.1., - ПК-1.2. 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.

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

Дисциплина «Маркетинговые исследования» читается для студентов 4- го курса бакалавриата направления «Менеджмент», профиль «Маркетинг» и имеет своей основной целью формирование у студентов системного представления об информационном обеспечении процесса принятия управленческих решений, в частности разработка оптимального для текущего момента комплекса маркетинга компании.

Цель курса – обучить студентов теоретическим основам и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых 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.

Задачи курса:

- обеспечить понимание студентами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития;
- научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований;
- сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения внешней среды предприятия;
- научить студентов приемам изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Управление изменениями»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**

## (Аннотация)

Дисциплина «Управление изменениями» входит в базовую часть ОПОП образовательной программы 38.03.02– Менеджмент, направленность (профиль) программы «Маркетинг». 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. Универсальные: УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде Общепрофессиональные: ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; Профессиональные: ПК-2 Способен разрабатывать предложения по совершенствованию управления компанией в процессах тактического и стратегического планирования и по повышению эффективности ее деятельности.

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 зачетных единиц, в том числе в академических часах 144 ч. по видам учебных занятий.

Целью изучения курса «Управление изменениями» является получение студентами представления о содержании управления изменениями как научной дисциплины, ознакомление их с основными понятиями, принципами, методологией, методиками планирования и анализа бизнеса.

Курс предусматривает систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по проблемам планирования. Методика изучения курса предполагает использование таких форм проведения занятий, как лекции, семинары, самостоятельное изучение ряда вопросов, глубокое и творческое исследование отдельной темы, отраженной в реферативной работе. Итоговой формой контроля знаний студентов является зачет.

Целью освоения дисциплины «Управление изменениями» является: - воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических 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; - выявление роли истории управленческой мысли в процессе управления деятельностью предприятия; - изучение основного инструментария управления работниками; - получение и анализ кадровой информации для принятия управленческих решений.

### **Задачи дисциплины:**

- изучение теоретических подходов к проведению изменений;
- изучение особенностей формирования организаций в условиях непрерывных изменений;
- изучение форм и методов проведения изменений в организации;
- рассмотрение особенностей проведения изменений применительно к отдельным функциональным блокам.;
- рассмотрение практического применения теории и методологии проведения изменений на предприятиях.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Управление человеческими ресурсами» Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Управление человеческими» предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02. «Менеджмент».

**Цели освоения дисциплины**

В результате изучения курса студент должен знать базовые концепции и принципы управления человеческими ресурсами на предприятии; закономерности формирования трудовых отношений; теории мотивации; структуру персонала организации, категории работников в организации; структуру системы управления человеческими ресурсами; функции управления человеческими ресурсами; технологию управления человеческими ресурсами.

Студент должен уметь выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; разрабатывать кадровую политику организации; разрабатывать и реализовывать мероприятия по адаптации персонала; определять потребность организаций и подразделений в кадрах рабочих, специалистов и руководителей, источники их пополнения; решать вопросы развития персонала, включая подготовку и повышение квалификации работников;

Студент должен иметь навыки взаимодействия с работниками и неформальными группами в организации; управления конфликтами; планирования карьеры персонала; оценки результатов труда персонала.

**Содержание дисциплины**

Человеческие ресурсы предприятия как объект управления; место и роль управления человеческими ресурсами в системе управления предприятием; принципы управления человеческими ресурсами; функциональное разделение труда и организационная структура службы управления человеческими ресурсами; кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления человеческими ресурсами; анализ кадрового потенциала; перемещения, работа с кадровым резервом, планирование деловой карьеры; подбор персонала и профориентация; подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала; мотивация поведения в процессе трудовой деятельности; профессиональная и организационная адаптация персонала; конфликты в коллективе; оценка эффективности управления человеческими ресурсами.

**Цели освоения дисциплины** Управление человеческими ресурсами является одной из дисциплин, формирующих у специалистов с высшим экономическим образованием рыночное сознание. Именно люди составляют главную ценность и являются главной движущей силой экономического и социального развития. Управление человеческими ресурсами (УЧР) – это процесс оценки потребностей в людских ресурсах, подбора людей и оптимизации этого важного ресурса созданием соответствующих стимулов и расширением служебных обязанностей для достижения общих целей организации.

Целью освоения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» 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.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:



- ознакомить студента с необходимыми сведениями об истории развития труда и деловой предприимчивости в России, о психофизиологии трудовых процессов и социологии труда;
- выделить основные принципы и методы построения системы УЧР организации, изложить концепцию данного вида управления в рыночных условиях;
- изучить систему УЧР организации, изложить основы организационного проектирования и построения системы УЧР;
- рассмотреть вопросы кадрового, информационного и технического, нормативнометодического, правового и делопроизводственного обеспечения системы УЧР;
- обосновать необходимость разработки кадровой стратегии, проанализировать ее составляющие.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **«Математика»**

#### **Для подготовки бакалавров**

#### **по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

#### **профиль «Маркетинг»**

#### **(Аннотация)**

Дисциплина «Математика» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02– Менеджмент, профили подготовки «Производственный менеджмент», «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой математических и естественнонаучных дисциплин. Дисциплина нацелена на формирование следующих профессиональных компетенций– ПК-10. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена в конце 1 и 2 семестра. Объем дисциплины 7 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 252 ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Цели освоения дисциплины соотносятся с общими целями ОПОП ВО по направлению: 38.03.02 – Менеджмент, профили подготовки «Производственный менеджмент», «Маркетинг».

Целями освоения дисциплины «Математика» являются: • получение базовых знаний и формирование основных навыков по линейной алгебре, линейному программированию, теории вероятностей и математической статистике, необходимых для решения задач, возникающих в практической экономической деятельности. • развитие понятийной теоретико-вероятностной базы и формирование уровня алгебраической подготовки, необходимых для понимания основ экономической статистики и её применения. • формирование у студентов умения применять математический аппарат для исследований экономических процессов.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **«Экономика труда»**

#### **Для подготовки бакалавров**

#### **по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

#### **профиль «Маркетинг»**

Дисциплина «Экономика труда» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, и разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой экономики труда и управления персоналом. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием теоретических знаний и практических навыков в области управления человеческими ресурсами, рационального регулирования социально – трудовых отношений с учетом реальных процессов, происходящих в рыночных условиях хозяйствования и международных стандартов качества трудовой жизни. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-3, общепрофессиональных – ОПК-3, 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, глоссария и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 в академических ч.

Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Экономика труда» является формирование комплекса знаний, базовых умений и навыков в области экономических отношений возникающих между людьми в процессе трудовой деятельности.

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

**(Аннотация)**

Дисциплина «Инвестиционный анализ» при подготовке бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент позволяет сформировать и развить профессиональные компетенции, обеспечивающие взаимодействие субъектов экономической деятельности, включая органы власти, относительно учетной информации, характеризующей их деятельность. Дисциплина «Инвестиционный анализ» изучается как базовая дисциплина на 3 курсе в 5 семестре. Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Аудит и экономический анализ». Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных - ОПК-5, профессиональных – ПК-16. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущего контроля в форме контрольной работы и промежуточного контроля в форме экзамена. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах 144 ч. по видам учебных занятий.

Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - овладеть теоретическими и практическими навыками по применению приемов инвестиционного анализа; развить аналитическое мышление. Задачи курса: – раскрыть экономическое содержание инвестиций и инвестиционной деятельности в современной России; – рассмотреть основные понятия, характеризующие инвестиционный процесс; роль и место инвестиций в обеспечении экономического роста страны; – дать критическую оценку применяемым методам измерения эффективности инвестиционных проектов в российской практике; – раскрыть экономическое содержание инвестиционных рисков; – изучить влияние инфляции на принятие инвестиционных решений.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Маркетинг»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинг» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины "Маркетинг" охватывает круг вопросов, связанных с изучением комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды; реализации стратегии и тактики целевого маркетинга; элементов комплекса маркетинга и управление ими; использования маркетингового инструментария в профессиональной деятельности. Дисциплина нацелена на формирование следующих профессиональных компетенций выпускника: ОК-3 и ОПК-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 экзамена. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 академических ч.

Дисциплина «Финансовый учет» входит в состав обязательных дисциплин базовой части ОПОП бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой бухгалтерского учета. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением предмета и метода бухгалтерского учета, счетов бухгалтерского учета, принципов двойной записи и формирования бухгалтерского баланса. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОК-3, ОПК 5, ПК 14. 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, предоставления докладов, участия в дискуссиях, теста и коллоквиума, выполнение курсовой работы с дифференцированной оценкой и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий

#### Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Финансовый учет» являются: - рассмотрение теоретических и методологических основ организации и ведения бухгалтерского финансового учета в организациях Российской Федерации; - формирование у студентов фундаментальных знаний по учетной политике предприятия в целях бухгалтерского учета; - методологии учета объектов бухгалтерского наблюдения; - методике формирования показателей в системе аналитического и синтетического учета; - формирование у будущих специалистов понимания сущности и роли бухгалтерского финансового учета, как основы анализа и обоснования управленческих решений на различных уровнях управления предприятием; - формирование теоретических знаний и практических навыков по ведению бухгалтерского учета предпринимательской деятельности, подготовке и представлению полной информации менеджерам в целях оперативного управления предприятием.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Технологические основы промышленного производства»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Технологические основы промышленного производства» входит в базовую часть программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент» Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением технологического процесса, необходимого для профессионального освоения основ организации и управления промышленным производством. Курс дает представление о структуре народного хозяйства и современных технологиях в различных отраслях промышленного производства Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОК-6, ОПК-3, ПК-6, ПК-8 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 4 зачетных единиц, 144 академических часов Форма обучения очная

#### Цели освоения дисциплины

Целью изучения курса «Технологические основы промышленного производства» является обеспечение общетехнической подготовки на первом уровне высшего образования, формирование у студентов технологического кругозора, необходимого для профессионального освоения основ организации и управления промышленным производством. Курс дает представление о структуре народного хозяйства и современных технологиях в различных отраслях промышленного производства. Методика изучения курса предполагает использование таких форм проведения занятий, как лекции, семинары, самостоятельное изучение ряда вопросов, глубокое и творческое исследование отдельной темы, отраженной в реферативной работе. Итоговой формой контроля знаний студентов является зачет. В задачи дисциплины входят: - изучение сырьевой и энергетической базы промышленных производств; - ознакомление со спецификой производственно-технологических процессов промышленных объектов; - рассмотрение вертикально-интегрированных связей для добывающих и перерабатывающих производств; - изучение экологических проблем в промышленных отраслях; Дисциплина «Технологические основы промышленного производства» включает: - характеристику сырьевой и энергетической базы промышленных производств; - основные группы промышленной продукции; - вертикально-интегрированные цепочки для добывающих и перерабатывающих производств; - экологические аспекты работы промышленных объектов; - основы технико-экономических расчётов производственных процессов.

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

Дисциплина «Основы менеджмента» в структуре ОПОП входит в базовую часть профессионального цикла образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина «Основы менеджмента» является основным профилирующим курсом, определяя весь цикл управленческих дисциплин. Дисциплина реализуется на факультете Управления кафедрой «Менеджмент». Дисциплина предусматривает изучение истории развития науки управления, основных подходов, концепций и принципов современного менеджмента, методов принятия управленческих решений, выработки умения анализировать и диагностировать конкретные ситуации, ставить цели, задачи и находить методы их решения, формирования стиля управления, методов мотивации, организационной культуры и решения кросс-культурных проблем. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОК-6, ОПК-2, профессиональных – ПК-5, ПК-17. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач, контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 академических часа по видам учебных занятий.

#### Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы менеджмента» является формирование у будущих бакалавров теоретических знаний и практических навыков при решении конкретных задач управления организацией, освоение студентами наиболее важных, базисных и фундаментальных категорий менеджмента, без которых невозможно эффективное овладение другими курсами, образующими ядро управленческой подготовки менеджера. Полученные знания в области менеджмента позволят участвовать в управлении организаций различных видов деятельности.

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

Дисциплина «Стратегический менеджмент» входит в базовую часть профессионального цикла образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент» Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ОК-6, ОПК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-9 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 4 зачетных единиц, в том числе 108 ч. в академических часах по видам учебных занятий. Программа дисциплины предусматривает проведение лекционных занятий, групповую работу студентов на семинарах. Курс предполагает помимо теоретических занятий семинарские занятия. Самостоятельная работа предусматривает освоение предложенной для изучения литературы. Курс завершается экзаменом. Форма обучения очная.

**Цели освоения дисциплины**

Цель дисциплины - освоение технологий стратегического управления и практических навыков разработки стратегии образовательных учреждений профессионального образования, ориентированных на работу в международном образовательном пространстве. Задачи дисциплины: – дать комплексное представление о процессе стратегического управления, ключевых управленческих компетенциях; – выделить специфику стратегического управления в международно-ориентированном университете; – ознакомить с инструментами стратегического анализа, функциями, методами и принципами стратегического менеджмента; – ознакомить с различными подходами к стратегическому управлению в высшей школе; – сформировать умения и навыки по применению технологий стратегического управления в вузе; – сформировать навыки анализа конкретных ситуаций и методов принятия стратегических управленческих решений

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» входит в базовую часть дисциплин образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Математическое моделирование, эконометрика и статистика». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов выработки системного подхода к выработке, реализации и анализу управленческих решений; овладение технологиями разработки и реализации управленческого решения в условиях определенности, риска и неопределенности управленческой ситуации. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ОК-6; ОПК6; ОПК-7; 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 зачета. Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах 108 ч. по видам учебных занятий.

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 зачетных единиц, в том числе в академических часах 108 ч. по видам учебных занятий

#### Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Методы принятия управленческих решений» является формирование научного представления о разработке и принятии управленческих решений; выработка системного подхода к выработке, реализации и анализу управленческих решений; овладение технологиями разработки и реализации управленческого решения в условиях определенности, риска и неопределенности управленческой ситуации. Изучение данной дисциплины подготавливает студентов к овладению технологиями разработки и реализации управленческого решения в условиях определенности, риска и неопределенности управленческой ситуации. Задачи изучения дисциплины включают: - формирование представления о теории разработки и принятии управленческих решений; - изучение технологий и методов разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях определенности, риска и неопределенности управленческой ситуации; - формирование умения использовать методы оценки информации, выявления проблем, целеполагания, методы оценки и выбора оптимальных вариантов решений. - формирование навыков применения инструментов и технологий регулирующего воздействия для обеспечения качества реализации управленческих решений.

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

Дисциплина «Логистика» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с перемещением материальных и сопутствующих потоков, формированием и развитием оптимальных хозяйственных связей, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирмы. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-6, общепрофессиональных – ОПК-6, ОПК-7. 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 -72 ч. по видам учебных занятий.

Цели освоения дисциплины Логистик является одним из базовых предметов в подготовке экономистов широкого профиля, осуществляемой исходя из требований, предъявляемых к

современным специалистам университетского уровня образования. Актуальность дисциплины обусловлена потенциальными возможностями повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем, которые открывает использование логистического подхода. Объектом изучения учебной дисциплины «Логистика» являются материальные и связанные с ними информационные потоки. Предмет курса «Логистика» - деятельность субъектов рыночной экономики по формированию и развитию оптимальных хозяйственных связей и созданию эффективных каналов товародвижения. Цель настоящего курса – изучение основных положений, категорий и закономерностей 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 логистического подхода к управлению бизнес-процессом в различных сферах экономики, маркетинга. Задачами дисциплины являются: - формирование у студентов целостного представления о системе, обеспечивающей прохождение материального и информационного потоков от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя; - знакомство с новейшими достижениями в области интеграции материально-технического обеспечения, производства, транспорта и торговли; - формирование у будущего специалиста в области торговли ориентации на многоаспектную системную интеграцию с партнерами, обеспечивающую высокую интеграцию с партнерами, обеспечивающую конкурентоспособность товаропроводящих систем.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Бизнес-планирование»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Бизнес - планирование» входит в базовую часть программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент» Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: -основными требованиями к бизнес-планированию и составлению бизнес-плана; - определением характеристик и тенденций рынка; - использованием программных средств поддержки составления бизнес-плана. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОК-3, ОПК-3, ПК-7, ПК-18, ПК-19. 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 4 зачетных единиц, в том числе 144 ч. в академических часах по видам учебных занятий Форма обучения очная

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понимания места и роли планирования в результативном функционировании существующих (в том числе, новосозданных) бизнес-единиц, а также теоретических и практических знаний, умений и 5 навыков эффективной реализации всевозможных предпринимательских идей и его формализации в виде бизнес-плана. Задачи дисциплины заключаются в следующем: - овладении современным инструментарием анализа положения и развития социально-экономической системы и выявления наиболее рациональных и перспективных предпринимательских идей; - овладение методикой оценки эффективности и результативности реализации инвестиционного предпринимательского проекта с учетом экономических и социальных выгод для различных заинтересованных сторон; - овладение методикой оценки рисков реализации инвестиционного проекта или развития существующего бизнеса, позволяющей формировать оптимальный портфель антирисковых мероприятий; - получение навыков по формированию привлекательного бизнес-плана в зависимости от его цели (получение инвестиционных средств, формирование плана реализации инвестиционного проекта или развития существующего бизнеса и т.д.)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Бизнес-планирование»**

**Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» входит в базовую часть программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами построения системы управления человеческими ресурсами (УЧР) в современной организации, в том числе стратегией УЧР, методов, принципов, процедур данного вида управления. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОК-6, ОПК-3, ПК-1, 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 экзамена. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов. Форма обучения очная.

**Цели освоения дисциплины**

Управление человеческими ресурсами является одной из дисциплин, формирующих у специалистов с высшим экономическим образованием рыночное сознание. Именно люди составляют главную ценность и являются главной движущей силой экономического и социального развития. Управление человеческими ресурсами (УЧР) – это процесс оценки потребностей в людских ресурсах, подбора людей и оптимизации этого важного ресурса созданием соответствующих стимулов и расширением служебных обязанностей для достижения общих целей организации.

Целью освоения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» является выявление роли управления человеческими ресурсами в процессе управления деятельностью предприятия, изучение основного инструментария управления работниками, получение и анализ кадровой информации для принятия управленческих решений. Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи: - ознакомить студента с необходимыми сведениями об истории развития труда и деловой предприимчивости в России, о психофизиологии трудовых процессов и социологии труда; - выделить основные принципы и методы построения системы УЧР организации, изложить концепцию данного вида управления в рыночных условиях; - изучить систему УЧР организации, изложить основы организационного проектирования и построения системы УЧР; - рассмотреть вопросы кадрового, информационного и технического, нормативно-методического, правового и делопроизводственного обеспечения системы УЧР; - обосновать необходимость разработки кадровой стратегии, проанализировать ее составляющие.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Бизнес-планирование»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Самоменеджмент» входит в базовую часть профессионального цикла образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете Управления кафедрой «Менеджмент». Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК-4, ОК-6. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач, контрольная работа и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 ч. в академических часах по видам учебных занятий. Форма обучения очная.



**Цели освоения дисциплины.**

Цель дисциплины "Самоменеджмент": научить студентов теории и практике решения заданий самоменеджмента; заложить основы общей культуры (мышления, чувств, общения, профессиональной, духовной и т. д.) и характера; развить мышление, умственную и духовную зрелость, образованность, широту кругозора. 4 Основное задание дисциплины - дать студентам базовые знания в отрасли управления своим развитием (самоуправление), специальные знания, а также произвести навыки для достижения поставленных целей

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

Дисциплина «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете информатики и информационных технологий кафедрой ПИИММУ. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с –выработкой у обучающихся целостного представления об информационной системе, обеспечивающей управление предприятием; знакомством с новейшими достижениями в области информационных систем в менеджменте. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4), владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем,(ОПК5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК7). Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольная работа, устный опрос, тестирование, коллоквиум и пр. и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины зачетных единиц, в том числе в 144 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» являются: формирование системы знаний о современных информационных технологиях, используемых в области управления и перспективах их развития; выработка у обучающихся устойчивых навыков работы с современными программными продуктами, используемыми в управлении; выработка умения самостоятельного решения задач связанных с принятием решений в экономических системах на основе изученных методов и приемов работы с информационными системами и технологиями.

Задачами изучения дисциплины являются приобретение студентами прочных знаний и практических навыков в области, определяемой основной целью курса.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Разработка управленческих решений»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Разработка управленческих решений» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент, и разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Менеджмент». Предметом дисциплины «Разработка управленческих решений» являются фундаментальные категории и технология разработки, принятия и реализации управленческих решений. 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: общекультурных –ОК-6, общепрофессиональных - ОПК-2, профессиональных - ПК-5, ПК-10, ПК-15. Курс «Разработка управленческих решений» 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 4зачетные единицы, в том числе 144 ч. в академических часах по видам учебных занятий.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины (модуля) религиоведение являются формирование у студентов целостного научного представления о религии как общественном феномене и истории свободомыслия, как составных частях духовного наследия человечества, использование полученных знаний в практической деятельности

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **«Религиоведение»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина Религиоведение входит в базовую часть образовательной программы бакалавриат по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой теории и истории религии и культуры. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с закономерностями возникновения религии, ее основных элементов, основных концепциях происхождения религии, возникновения и сущности мировых религий, истории свободомыслия и свободы совести и вероисповедания. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника – Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ок-5); способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности; (опк-2); Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: 34 ч. лекции, 18ч. практические занятия, 20ч. самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости - в форме фронтального опроса, брифинга, контрольной работы и промежуточный контроль - в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических ч.

Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) религиоведение являются формирование у студентов целостного научного представления о религии как общественном феномене и истории свободомыслия, как составных частях духовного наследия человечества, использование полученных знаний в практической деятельности

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Государственное и муниципальное управление»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Государственное и муниципальное управление» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой Государственное и муниципальное управление. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием местного самоуправления, места и роли государственного управления и местного самоуправления в социально-политической и социально-экономической системах современного российского государства и общества; изучения роли, функции и задачи современного государственного и муниципального служащего; основные административные процессы и принципы их регламентации; систему мер государственного и муниципального воздействия, направленных на улучшение качества и уровня жизни социальных групп. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-5, общепрофессиональных- ОПК-1, профессиональных – ПК-9,13. 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 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108.

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Государственное и муниципальное управление» являются сформировать целостное представление об общих принципах функционирования системы государственного и муниципального управления. Обеспечить понимание значимости взаимосвязи, основных элементов системы и элементов среды, непосредственно воздействующих на функционирование власти. Социально-экономические реформы, произошедшие в России за последние годы, повысили интерес к осмыслению природы государства, его институтов и способов управления. Актуальность этих вопросов не вызывает сомнений. В настоящее время, поскольку окончательно не сформирован механизм реализации государством своих функций, не отработана схема взаимодействия между обществом и властными институтами, отсутствует реальная основа для консолидации политических партий и движений. Решение возникающих управленческих проблем муниципального образования всегда будет являться актуальной задачей как для федеральной, региональной и местной администраций, так и для членов местного сообщества. Все они заинтересованы в повышении жизненного уровня и условий проживания населения, а также нацелены на успешное развитие предприятий и организаций, осуществляющих свою деятельность на данной территории. Рассмотрение теории и практики государственного управления как целостной системы позволяет не только получить адекватное представление об особенностях функционирования государственного аппарата и методах проведения государственной политики, но и приобрести необходимые навыки и знания, необходимые государственным служащим для профессионального исполнения обязанностей. Познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов и элементов системы государственного и муниципального управления. Практическая цель курса состоит в том, что в результате изучения данного курса выпускники должны уметь создавать и формировать у обучающихся развитый понятийный аппарат, знания новых концептуальных подходов к осмыслению государственного и муниципального управления. Задачи учебной дисциплины предполагают: -сформировать у студентов представление о государственном и муниципальном управлении как о системном явлении, рассмотреть не только структуру органов власти, но и их взаимодействие с внешней

средой; - изучение системы органов государственного и муниципального управления, её предназначение, обязанности и связи с обществом; обоснование необходимости формирования системы местного самоуправления в России на основе правовых, организационных условий и гарантий местного самоуправления; - представление о государственной и муниципальной службе РФ

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Экономика предприятия»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Экономика предприятия» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Мировая и региональная экономика». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организационной формой предприятий, расчетом эффективности функционирования предприятий, функционированием и оборотом основных и оборотных средств предприятия и т.д. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-3, профессиональных – ПК-14, ПК-17. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в 72 академических часа по видам учебных занятий. Дисциплина «Экономическая теория» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете Управления ДГУ кафедрой политической экономии. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами экономической теории, микроэкономикой и макроэкономикой. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-3, ОПК-6, ПК-9. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельная работа, контроль самостоятельной работы студентов. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, предоставления докладов, рефератов, участия в дискуссиях, теста, контрольной работы, коллоквиума и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины по дневной форме - 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий: Очная форма обучения

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Экономическая теория» являются формирование у студентов знаний и умений в области функционирования рыночного механизма, ценообразования под воздействием спроса и предложения, экономических явлений в различных рыночных структурах, а также закономерностей экономики на микро и макроуровне; выявление законов функционирования рыночного хозяйства как единого целого в целях осуществления экономического роста, полной занятости, стабильности цен.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Финансовый менеджмент»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Финансовый менеджмент» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления ДГУ кафедрой «Финансы и кредит». Содержание

дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с управлением финансовой деятельностью компании в условиях современной российской экономики с целью оптимизации ее капитала, внедрением эффективных инструментов управления финансовыми потоками и повышением уровня финансово-экономических показателей компании. Дисциплина «Финансовый менеджмент» включает в себя весь основной комплекс методов и инструментов управления финансовой системой компании, позволяя студентам получить максимально полное представление о теории и практике управления финансами компании. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОК-3, ОПК-5, ПК-4. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущего контроля в форме контрольной работы и промежуточного контроля в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах 72 ч., по видам учебных занятий: Форма обучения – очная

#### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Финансовый менеджмент» являются получение студентами необходимых знаний в области теории и практики финансового менеджмента, 5 приобретение ими практических навыков в управлении финансами организации, умения обеспечить эффективное использование всех финансовых ресурсов организации, маневрирование денежными средствами во времени и пространстве, выборе оптимальных вариантов хозяйствования и инвестирования. Изучение дисциплины позволяет студентам овладеть необходимыми практическими навыками работы по эффективному, рациональному и целесообразному использованию финансовых ресурсов предприятий. Основными задачами дисциплины являются: 1) получение студентами целостного представления о теории и практике финансового менеджмента, формах и методах управления отдельными участками, важнейшими элементами финансовой деятельности предприятия: формирование, цена капитала, его распределение, движение денежных потоков, максимизация прибыли и др. 2) приобретение практических навыков в применении различных способов и методов обоснования оптимальных решений с учетом финансовой выгоды, достижения главной цели функционирования хозяйствующего субъекта.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Товароведение продовольственных товаров»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Товароведение продовольственных товаров» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и оценкой качества продовольственных товаров, изучением способов сохранения качества продовольственных товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации. Рассматриваются вопросы маркировки, упаковки и информации о продовольственных товарах. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОПК-1, ПК-6. 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   4   зачетных единиц, в том числе 144 академических часов по видам учебных занятий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Товароведение продовольственных товаров»**  
**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Товароведение продовольственных товаров» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и оценкой качества продовольственных товаров, изучением способов сохранения качества продовольственных товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации. Рассматриваются вопросы маркировки, упаковки и информации о продовольственных товарах. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ОПК-1, ПК-6. 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   4   зачетных единиц, в том числе 144 академических часов по видам учебных занятий

**Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины является дать знания и привить навыки в области товароведения продовольственных товаров, необходимые для успешной коммерческой деятельности специалиста-коммерсанта, приобретение студентами знаний, умений и навыков работы с нормативными документами на продовольственные товары с целью последующего их применения для решения проблем, возникающих в коммерческой деятельности

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

Дисциплина «История маркетинга» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02– Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей становления и развития маркетинга в России, в США и странах Западной Европы. Дисциплина рассматривает элементы маркетинга в Японской действительности в середине XVII в., элементы маркетинга в странах Европы вступивших в капиталистическую фазу развития; возникновение маркетинга в середине XIX века в США; маркетинг в капиталистических странах Европы в эпоху первой промышленной революции; основные этапы развития маркетинга в США в начале XX в. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных-ОК-2; профессиональных - ПК -10, ПК-5. 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 3 зачетных единиц, в том числе 108 академических часа по видам учебных занятий

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «История маркетинга» является дать знания и привить навыки в области истории маркетинга, рассказать о том, что представляет русская и российская торговля, отразить ее собственную логику и инструментарий развития, место и роль в системе хозяйственных и политических отношений.

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

Дисциплина «Коммерческая деятельность» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением: - сущности коммерческой деятельности как рыночной категории и ее роли в эффективном хозяйствовании предприятия; - овладением методами изучения рынка товаров; - приобретением знаний, необходимых для планирования и осуществления закупок избытка (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, их доставки, приемки их хранения, транспортно-экспедиционного обслуживания; обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-12, ПК-19. 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 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Коммерческая деятельность» является овладение студентами организационными знаниями и действиями, направленными на совершенствование процессов купли-продажи, обмена и продвижения товаров и услуг от производителей к потребителям для удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Дисциплина «Безопасность предпринимательской деятельности» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент и является обязательной дисциплиной. Дисциплина реализуется на факультете Управления, кафедрой «Коммерция и маркетинга». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением знаний и опыта защиты от различного рода угроз возникающих в ходе предпринимательской деятельности в современных условиях. Дисциплина нацелена на

формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-9;15. 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 зачетных единиц, в том числе 108 академических часов по видам учебных занятий

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

**Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является овладение студентами комплексом теоретических и практических знаний по обеспечению безопасности предпринимательской деятельности, а также действиями, способствующими ее повышению на современных предприятиях. Познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний необходимых для глубокого понимания сути и особенностей обеспечения безопасности предпринимательской деятельности, в способности анализировать организационную структуру предприятия и разрабатывать предложения по обеспечению его безопасности. 5 Практическая цель курса состоит в том, что в результате изучения данного курса выпускники должны уметь обеспечить безопасность предприятия со стороны криминальных структур, недобросовестных конкурентов, контрагентов, собственных сотрудников; минимизировать угрозы, возникающие при заключении договора; осуществлять сбор сведений о предполагаемом деловом партнере; выработать способы защиты коммерческой (конфиденциальной) информации. Основными задачами курса являются: - сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов обеспечения безопасности предпринимательства, а также способов их интеграции в целостную и эффективную программу защиты предприятия от внешних и внутренних угроз; - выработать у студентов комплекс умений, необходимых для разработки решений в области коммерческой информации, договорных отношений, недобросовестной конкуренции и обеспечения безопасности предприятия в целом.

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

Дисциплина «Организация продаж» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с современным состоянием системы организации продаж в различных отраслях и сферах деятельности, с экономическими методами моделирования эффективности сбытовой деятельности, практическим подходом к интернет-продажам. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-20, ПК-13, ПК-19.



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 часа по видам учебных занятий

#### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Организация продаж» является овладение студентами знаниями и действиями организации продаж, направленными на ее совершенствование в предприятиях для удовлетворения спроса потребителя.

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

Дисциплина «Мерчендайзинг» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. 3 Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением приемов продвижения, представления и продажи товаров с учетом особенностей поведения посетителей в торговом зале. Рассматриваются вопросы по планировке торгового зала и выкладке товаров, созданию особой атмосферы в магазине, оригинального имиджа в магазине. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-7, ПК-13. 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 2 зачетных единиц, в том числе в академических ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Мерчендайзинг» является обеспечить студентам необходимый уровень знаний по изучению основных концепций, стратегий, методов и приемов мерчендайзинга в розничном торговом предприятии, направленных на приспособление деятельности торгового предприятия к особенностям природной системы человека.

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

Дисциплина «Управление продуктом» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02– Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением процесса планирования мероприятий маркетинга и анализ

исходного положения дел; рассматриваются общие подходы к формулированию обоснованных целей и разработка стратегии маркетинга продукта на основе анализа рынка; анализируются составляющие маркетингмиска. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных –ОПК-2, профессиональных - ПК-8. 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 2зачетные единицы, в том числе 72 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Управление продуктом» является овладение студентами планирования продукта и продуктовой линии, умением анализировать рынок и потребителей, конкурентов и внешней среды.

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

Дисциплина «Паблик рилейшнз» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга факультета управления. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием системы теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов Паблик Рилейшнз; особенностями использования отдельных средств Паблик Рилейшнз на практике. Дисциплина нацелена на формирование следующих профессиональных компетенций выпускника: ПК-2 и ПК-12. 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 3 зачетные единицы, в том числе 108 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Основная цель изучения дисциплины «Паблик Рилейшнз» - получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике; приобретение студентами знаний, умений и навыков работы по выработке и внедрению эффективных решений в области связей с общественностью фирм и предприятий.

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

Дисциплина «Маркетинг зарубежных стран» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков исторического развития

международного маркетинга, маркетинговых концепций, теорий, грамотного маркетингового планирования и организации маркетинга, для обеспечения высокой рыночной конкурентоспособности зарубежных стран. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-4, ПК -12, ПК -14. 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  2  зачетных единиц, в том числе в академических ч.

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у обучающихся четкое представление о международном маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации международной маркетинговой деятельности, направленной на решение задач по организации производства и предложения товаров и услуг на внешних рынках, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей зарубежных государств.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Анализ поведения потребителей»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Анализ поведение потребителей» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание курса состоит в том, что в результате изучения данного курса выпускники должны иметь представление о методах организации работы с потребителями, принципах эффективного воздействия на потребителя, обеспечения соответствия деятельности предприятий действующему законодательству и сложившимся традициям в сфере потребительского поведения. Задачами дисциплины являются: охарактеризовать принципы и процесс воздействия на потребителя, задачи и функции в системе организации бизнеса; раскрыть содержание поведения потребителя, показать роль потребителя в современной экономике; раскрыть технологию и технику работы с потребителем. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-9, 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 зачета.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Теоретические основы товароведения**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Теоретические основы товароведения» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает

круг вопросов, связанных с формированием и оценкой качества товаров, изучением способов сохранения качества товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации. Рассматриваются вопросы маркировки, упаковки и информации о товарах. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных - ОПК-1, профессиональных – ПК-8. 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 \_\_4\_\_ зачетных единиц, в том числе 144 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Теоретические основы товароведения» является дать знания и привить навыки в области товароведения и экспертизы, необходимые для успешной коммерческой деятельности, приобретение студентами знаний, умений и навыков работы с нормативными документами на товары и услуги с целью последующего их применения для решения проблем, возникающих в коммерческой деятельности.

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

Дисциплина «Маркетинг персонала» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины: формирование комплекса знаний о понятиях, современных концепциях и методах в области технологий персоналмаркетинга организации; получение навыков практической работы в данной области. В ходе изучения дисциплины должны быть решены следующие задачи: получено представление о содержании понятия маркетинг персонала, основных маркетинговых концепциях управления персоналом, роли маркетинга персонала в управлении трудовым потенциалом организации, сформированы знания о технологиях персонал-маркетинга в деятельности современной организации, выработаны умения и навыки практического применения полученных знаний в процессе принятия управленческих решений в области маркетинга персонала. 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 задач и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины \_\_3\_\_ зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

**Цели освоения дисциплины:** формирование комплекса знаний о понятиях, современных концепциях и методах в области технологий персонал-маркетинга организации; получение навыков практической работы в данной области.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Прикладные маркетинговые исследования»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Прикладные маркетинговые исследования» входит в вариативную часть профессионального цикла образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Коммерции и Маркетинга». При изучении дисциплины студенты ознакомятся с основными проблемами теории и практики прикладного 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. Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами, при изучении следующих дисциплин: «Статистика», «Маркетинг», «Менеджмент», «Математические методы и моделирование в маркетинговой деятельности», «Коммерческая деятельность», «Управление качеством», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Логистика». Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных ПК-11. ПК-17. 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 в академических часах -72ч.

**Цели освоения дисциплины**

Дисциплина «Прикладные маркетинговые исследования» читается студентам 4-го курса бакалавриата направления «Менеджмент», профиль «Маркетинг» и имеет своей основной целью формирование у студентов навыков прикладных маркетинговых исследований. Целями дисциплины при подготовке будущего бакалавра в области маркетинга являются: - подготовка выпускников к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками. - подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем - подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

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

Дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание

дисциплины охватывает круг вопросов, направленных на углубление профессиональных знаний маркетолога в области стратегического планирование в маркетинговой деятельности. Стратегический маркетинг представляет собой более высокую ступень маркетинга, результат эволюции маркетинговой концепции. Стратегический маркетинг опирается на глубокий анализ рынка, изучение покупательского поведения, оценки конкурентов и прогнозные расчеты. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-3, ПК-5, ПК- 16. 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 \_\_\_\_3\_\_\_\_ зачетные единицы, в том числе 108 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является углубление профессиональных знаний маркетолога в области стратегического планирование в маркетинговой деятельности. Стратегический маркетинг представляет собой более высокую ступень маркетинга, результат эволюции маркетинговой концепции. Стратегический маркетинг опирается на глубокий анализ рынка, изучение покупательского поведения, оценки конкурентов и прогнозные расчеты.

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

Дисциплина «Маркетинг интеллектуального продукта» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 –Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и оценкой интеллектуальных товаров, изучением способов их формирования и сохранения товаров в процессе эксплуатации, и реализации. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-3, ПК-18. 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 \_\_\_\_2\_\_\_\_ зачетные единицы, в том числе 72ч. в академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной постановке и осмысленному решению теоретических и практических проблем разработки и продвижения интеллектуальных продуктов и инновационных программ. Задачей учебного курса является знакомство учащихся с особенностями маркетинговой деятельности на рынках интеллектуальных продуктов и инновационных программ.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Основы маркетинговых исследований»**  
**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Основы маркетинговых коммуникаций» входит в вариативную часть обязательных дисциплин образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание курса включает изучение составляющих элемента комплекса маркетинга, продвижения, а именно рекламы, персональных продаж, связей с общественностью и стимулирования сбыта. Дисциплина «Основы маркетинговых коммуникаций» изучается после курса «Основы маркетинга», «Поведение потребителей» и параллельно курсу «Маркетинговые исследования» и «Управление маркетингом». Дисциплина нацелена на формирование следующих и компетенций выпускника: профессиональных - ПК -12, ПК -19, общепрофессиональных - ОПК - 4, ОПК -7. 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 -72 ч.

**Цели освоения дисциплины**

Курс дисциплины «Основы маркетинговых коммуникаций» 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, публичными рилейшнз, личными продажами, стимулированием сбыта, строить рекламную стратегию с учетом последних достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий, создавать и укреплять имидж предприятия. Основными задачами курса являются: - 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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Документационное обеспечение управления предприятием»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Документационное обеспечение управления предприятием» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой экономики труда и управления персоналом. Содержание дисциплины охватывает всю необходимую информацию о документировании деятельности современного предприятия и методологию организации работы с

документами в соответствии с едиными требованиями действующих стандартов, законодательных и нормативных актов. Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции выпускника–ПК-11. 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; промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины \_\_\_ 2 \_\_\_ зачетных единицы, в том числе в 72 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Документационное обеспечение управления предприятием» является ознакомление с основами документирования деятельности учреждений, организаций и предприятий различных форм собственности и с технологией работы с документами.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «Русский язык и культура речи» Для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» (Аннотация)**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению: 38.03.02: Менеджмент. Маркетинг. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой методики преподавания русского языка и литературы. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением русского языка и культуры речи, с изучением норм литературного языка, со стилиевой организацией текста, с анализом функциональных стилей русского литературного, нацелено на повышение уровня практического владения современным русским литературным языком у специалистов нефилологического профиля. На лекциях и практических занятиях обсуждаются трудности и особенности норм русского литературного языка, трудности, связанные с синтаксическими, грамматическими и речевыми нормами. В ходе изучения курса «Русский язык и культура речи» студенты должны не просто укрепить знания в перечисленных областях, но научиться практически применять их для построения текстов, продуктивного участия в процессе общения, достижения своих коммуникативных целей. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОК:4, ОК: 5. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной и самостоятельной работы, тестов и коллоквиумов, диспутов и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины (модуля) являются: воспитание формирование представления о русском языке как духовной, нравственной и культурной ценности народа; осознание национального своеобразия русского языка; овладение культурой межнационального общения; дальнейшее развитие и совершенствование способности и готовности к речевому взаимодействию и социальной адаптации; готовности к трудовой деятельности, осознанному выбору профессии; навыков самоорганизации и саморазвития; информационных умений и навыков; освоение знаний о русском языке как многофункциональной знаковой системе и общественном явлении; языковой



норме и ее разновидностях; нормах речевого поведения в различных сферах общения; овладение умениями опознавать, анализировать, классифицировать языковые факты, оценивать их с точки зрения нормативности; различать функциональные разновидности языка и моделировать речевое поведение в соответствии с задачами общения; применение полученных знаний и умений в собственной речевой практике; повышение уровня речевой культуры, орфографической и пунктуационной грамотности.

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

Дисциплина ЭТИКА МЕНЕДЖМЕНТА входит в вариативную (по выбору) часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой теории и истории религии и культуры. Дисциплина «Этика менеджмента» является важной частью в изучении современных деловых взаимодействий, а также в вопросах межкультурной коммуникации в деловой многонациональной среде. Ее изучение позволит обучающимся найти правильное решение многих профессиональных задач, возникающих в процессе общения с подчиненными, коллегами и начальством. Практическое значение данного курса обусловлено тем, что в настоящее время знание особенностей деловых отношений оказывает влияние на становление и развитие сотрудничества во всех сферах жизни, будь то культура, политика, экономика или бизнес. Знание культурных традиций других народов и особенностей их взаимодействия непосредственно влияют на межкультурные коммуникации в деловой многонациональной среде, становятся залогом их успешных и плодотворных контактов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных - ОК-5, ПК-2 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия и контроль самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе 108 в академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями дисциплины «Этика менеджмента» являются ознакомить студентов с основными положениями философского учения о морали как методологической основы учебной дисциплины «деловая этика», в том числе сформировать представления о сущности этики - как учения о нравственности, о моральных ценностях и их регулирующем значении в жизни людей, о социальной и конкретно-исторической природе морали; выработать целостное понимание сущности деловой этики; изучить широкий спектр современных нравственно-деловых норм и предписаний в различных областях деловой и профессиональной жизнедеятельности, а также проследить особенности формирования и применения нравственных норм в зависимости от конкретных изменений в социально-деловой жизни людей; сформировать у студентов практические навыки применения норм и требований деловой этики в их профессиональной сфере.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Экологическая безопасность»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Экологическая безопасность» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02. «менеджмент» Дисциплина реализуется на факультете управления. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, объединяющих тематику безопасного взаимодействия человека со средой обитания, защиты природных комплексов от чрезмерной эксплуатации и загрязнения. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-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 коллоквиума и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Экологическая безопасность» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области экологической безопасности и определения экологической обстановки на территории. Дисциплина «Экологическая безопасность» объединяет тематику безопасного взаимодействия человека со средой обитания, защиты природных комплексов от чрезмерной эксплуатации и загрязнения.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями применения методов маркетинговой методологии на различных рынках товаров и услуг в отраслевом аспекте. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1; 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 экзамен. Объем дисциплины   2   зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности» является формирование у магистрантов системы знаний по маркетингу в отраслях и сферах деятельности, выявление особенностей маркетинговой деятельности в различных областях деятельности. В дисциплине рассматриваются особенности организации маркетинговой деятельности в производственной, сельскохозяйственной, гостиничной деятельности, оптовой и розничной торговле и других сферах. Задачами дисциплины является знакомство обучающихся с особенностями применения методов маркетинговой методологии на различных рынках товаров и услуг в отраслевом аспекте.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Социология»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Социология» входит в вариативную часть дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Профиль подготовки: Производственный менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете Управления ДГУ кафедрой философии и социально-политических наук. Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов, связанных с социологией, социальной системой общества, социальными институтами и процессами, социальными общностями, социальными конфликтами, социологическими исследованиями и т.д. Основное внимание в ходе обучения направлено на формирование: - способность работать в коллективе толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5); - способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2); - владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2). Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: устные опросы, тестирование, письменные контрольные работы, подготовку научных докладов, сообщений и рефератов, проведение зачета.

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

### **Цели освоения дисциплины**

Цель преподавания «Социология» – формирование представлений у студентов об окружающей социально-политической реальности, особенностях социальных процессов, протекающих в обществе, становлении, развитии и функционировании социальных институтов и отношений, политической культуре, что в совокупности позволит студентам лучше социализироваться и адаптироваться в нынешнем обществе. Поскольку студенты профессионально ориентированы на направление подготовки «Менеджмент» нами обязательно учтён данный факт в подборке тематики курса. Задачи изучения – целостное, системное усвоение социологических концепций, теорий, ознакомиться с историей развития социологической науки, изучить законы и принципы развития общества, усвоить принципы взаимоотношений личности и общества приобрести навыки социологического анализа.

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

Дисциплина Политология входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой философии и социально-политических наук факультета психологии и философии. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей политической науки, политической системой и политическими отношениями и процессами. Основное внимание в ходе обучения уделяется формированию представления о специфике политологии как науки о законах функционирования и развития политических систем и политики, о механизмах действия и формах проявления этих законов в политической деятельности государств, социальных групп, личностей. Как теоретическое выражение политической сферы общественной жизни политология призвана не только вооружить необходимым знаниями, но и научить понимать и объяснять политические события, осмысливать политические реалии прошлого и настоящего, а также получать эти необходимые знания и использовать их в своей профессиональной и повседневной деятельности. Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника: - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5). Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, коллоквиумы и самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы, коллоквиумов, тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Политология» являются формирование у студента комплекса теоретических знаний об окружающем социальном мире, об особенностях его становления и развития, о возникновении и эволюции политических интересов, взглядов и теорий, о закономерностях формирования политической власти, политических отношений и политической деятельности, о развитии политического процесса, что в совокупности позволит студентам лучше социализироваться и адаптироваться в нынешнем мире. При этом политическое образование должно способствовать формированию мировоззренческой и профессиональной культуры будущего специалиста, помочь ему в его профессиональной деятельности. Постоянное обновление профессиональных знаний, производственная и социальная мобильность бакалавра поможет ему более глубоко осознать свою роль и место в обществе, сформировать гражданскую и активную жизненную позицию.

Дисциплина «Некоммерческий маркетинг» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02– Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с идеей использования маркетинговых концепций для решения задач

социального характера (образование, медицинское обслуживание, культура); анализом возможностей и выбор стратегий в некоммерческой сфере; сегментация и отбор целевых рынков; исследованием системы общественных потребностей и маркетинговой среды. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1, ПК-11. 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 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Некоммерческого маркетинга» является формирование у студентов знаний и навыков, необходимых для работы в сфере некоммерческого маркетинга, понимание студентами специфики деятельности некоммерческих организаций, овладение основными инструментами некоммерческого маркетинга для успешного взаимодействия с целевыми аудиториями

Дисциплина КУЛЬТУРОЛОГИЯ входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой теории и истории религии и культуры. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами философии культуры; природой и сущностью феномена культуры; философско-методологическими принципами изучения культуры; логикой общей эволюции культур философской мысли Нового времени; основными научными школами, направлениями, концепциями в области философии культуры; с местом философии культуры в системе философского знания; аксиологическими аспектами бытия культуры; ценностными ориентациями современного образования в области философии культуры; социальным регулированием культурных процессов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-1, ОК-5, ПК-2. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия и контроль самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе 108 в академических ч.

Цели освоения дисциплины «Культурология» ставит целью помочь студентам изучить культуру человеческого общества как явление, его структуру, типологию, законы развития, проблемы, возникающие на современном этапе в связи с развитием культуры; приобщить их к высшим достижениям мировой и отечественной культуры, уяснить свою сопричастность к культурным процессам, происходящим в стране и в мире

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Виртуальный маркетинг»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Виртуальный маркетинг» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02– Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете

управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: а) отсутствие пространственной локализации, возможность осуществлять деятельность вне привязки к конкретной территории или локальному рынку; б) обеспечение возможности сокращения времени на поиск партнеров, осуществление сделок, разработку новой продукции и т.д.; в) снижение асимметрии информации (ее неполноты и неравномерности распределения) и как следствие снижение информационных транзакционных издержек; г) снижение прочих транзакционных издержек, в том числе накладных расходов (командировочных, потерь от несостоявшихся, неправомерных или недобросовестных сделок); снижение риска, связанного с неопределенностью; д) снижение трансформационных издержек за счет оптимального выбора структуры товарного ассортимента, сокращения времени на разработку и внедрения новой продукции, обоснованной политики ценообразования, снижения числа посредников и затрат на сбыт и т.д.; е) рационализация структуры управления, в том числе путем ее сжатия по вертикали, сокращения и объединения ряда функций, солидаризации ответственности. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1, ПК-11, ПК-12; общепрофессиональных – ОПК-4. 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 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических часа.

### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Виртуальный маркетинг» является формирование у студентов знаний и навыков о возможностях применения информационных технологий в маркетинговой деятельности компании, научились использовать информационные технологии для управления компанией, увидели на конкретных примерах возможности использования сети интернет для маркетинговых целей и построение маркетинговых информационных систем на предприятии

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Транспортная логистика»  
Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Транспортная логистика» входит в вариативную часть и является дисциплиной по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, знаний о транспортной логистике как о философии бизнеса и концепции управления материальными потоками в процессе обеспечения предприятия, с перемещением материальных и сопутствующих потоков, формированием и развитием оптимальных хозяйственных связей, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирмы. Изучение дисциплины «Транспортная логистика» направлено на формирование у студентов системы знаний по транспортно-экспедиционному обслуживанию на грузовом и пассажирском транспорте, а также по обеспечению грузовых перевозок и работы с клиентурой; по оформлению и лицензированию грузовых перевозок, а также по организации перевозки грузов на особых условиях. Целью освоения дисциплины является также подготовка студентов к профессиональной

и организационно – управленческой деятельности в качестве техника-организатора перевозок. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных - ПК-7, ПК-13, ПК-19, общепрофессиональных - ОПК-6. 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 -72 ч.

### **Цели освоения учебной дисциплины**

Целью изучения данной дисциплины является приобретение знаний и навыков в области транспортной логистики. Роль и значение дисциплины «Транспортная логистика» состоит в том, что она заложила принципиально новый фундамент, на котором должны строиться новые транспортные объекты, и реструктурироваться имеющиеся, формироваться инструменты управления транспортным комплексом и взаимодействия транспортного комплекса с другими отраслями народного хозяйства. Изучив дисциплину студент, должен решать следующие задачи: - систематизировать совокупность элементов транспортных систем и других объектов, между которыми существует или могут быть созданы определенные связи и отношения; - рассматривать изучаемый транспортный объект как комплекс взаимосвязанных частей объединённых общей целью, раскрыть его интегративные свойства, а также внутренние и внешние связи; - выявлять на транспортном объекте логистическую проблему, т.е. несоответствие между необходимым (желаемым) и фактическим положением дел в области логистики; - производить структуризацию логистической проблемы; - решать логистическую проблему, используя методы системности, комплексности, систематизации.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Реклама»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина «Реклама» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков современной рекламы, рекламных концепций, видов, грамотного планирования и организации для обеспечения высокой рыночной конкурентоспособности экономических объектов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-4, ОПК-7; профессиональных – ПК-6, ПК -10, ПК -18. 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 \_\_4\_\_ зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144 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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Организация рекламной деятельности»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Организация рекламной деятельности» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков современной рекламы, рекламных концепций, видов, грамотного планирования и организации для обеспечения высокой рыночной конкурентоспособности экономических объектов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-4, ОПК-7; профессиональных – ПК-6, ПК -10, ПК -18. 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 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144 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.

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

Дисциплина «Маркетинг финансовых продуктов» входит в вариативную часть в блок дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с маркетингом на финансовом рынке, в частности охватывает вопросы формирования комплекса маркетинга банковского, страхового продукта и продукта на рынке ценных бумаг. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-5, профессиональных –ПК- 4, ПК-11, ПК -14, ПК-16. 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 дифференцированного зачета. Объем дисциплины \_\_\_ 4 \_\_\_ зачетные единицы, в том числе 144 ч.в академических ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов, изучающих маркетинг и другие нефинансовые дисциплины, с особенностями комплекса маркетинга финансовых продуктов, использования финансовой информации в рамках бизнеса, а также организации маркетинговой деятельности в финансовых учреждениях на различных видах финансовых рынков.

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

Дисциплина «Банковский маркетинг» входит в вариативную часть в блок дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с маркетингом на финансовом рынке, в частности охватывает вопросы формирования комплекса маркетинга банковского, страхового продукта и продукта на рынке ценных бумаг. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК- 4, ПК -14, ПК-16. 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 дифференцированного зачета. Объем дисциплины \_\_\_ 4 \_\_\_ зачетные единицы, в том числе 144 ч.в академических ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов, изучающих маркетинг и другие нефинансовые дисциплины, с особенностями комплекса маркетинга финансовых продуктов, использования финансовой информации в рамках бизнеса, а также организации маркетинговой деятельности в банковских учреждениях на различных видах финансовых рынков.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Анализ и прогнозирование товарных рынков»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Анализ и прогнозирование товарных рынков» входит в вариативную часть и является дисциплиной по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины рассматривает вопросы, связанные с анализом и прогнозированием рынков, разработкой маркетинговых стратегий для торговых предприятий. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-15, ПК-8, ПК-3; общекультурных – ОК-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 экзамена. Объем дисциплины \_\_4\_\_ зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование товарных рынков» является приобретение студентами навыков углубленного анализа и прогнозирования рынка конкретных организаций и продуктов; сформировать системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах анализа и прогнозирования товарных рынков.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Инфраструктура товарных рынков»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Инфраструктура товарных рынков» входит в вариативную часть и является дисциплиной по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины рассматривает вопросы, связанные с сущностью и ролью инфраструктуры товарного рынка в современных социальноэкономических условиях; анализируются сложности и особенности формирования в стране и регионах рациональной и эффективной инфраструктуры товарного рынка. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-8, ПК-15, общекультурных-ОК-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 экзамена. Объем дисциплины \_\_4\_\_ зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

#### **Цели освоения дисциплины**

Цель изучения дисциплины «Инфраструктура товарных рынков» заключается в овладении студентами теоретическими и практическими знаниями и навыками по основам организации и функционирования в современных условиях элементов инфраструктуры товарного рынка.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Маркетинг производственных товаров»**

**Для подготовки бакалавров  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(Аннотация)**

Дисциплина «Маркетинг производственных товаров» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности на рынке производственных товаров. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ПК -5, ПК -17, ПК – 20. 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 часов академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Маркетинг производственных товаров» является изучение маркетинговой деятельности промышленных предприятий.

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

Дисциплина «Региональный маркетинг» входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга факультета управления. 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 профессиональных компетенций выпускника: ПК-2 и ПК-9. 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**

Цель освоения дисциплины «Региональный маркетинг» - получение студентами знаний о современной региональной маркетинговой деятельности как о направлении научных исследований и практического управления, как о новом виде деятельности, спроецированном на мезоуровень; получение знаний как о маркетинге в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

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

Дисциплина «Маркетинг территорий» входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. 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 профессиональных компетенций выпускника: ПК-2, ПК-3 и ПК-9. 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 3 зачетные единицы, в том числе 108 академических ч.

**Цели освоения дисциплины**

Цель освоения дисциплины «Маркетинг территорий» - получение студентами знаний о современной региональной маркетинговой деятельности как о направлении научных исследований и практического управления, как о новом виде деятельности, спроецированном на мезоуровень; получение знаний как о маркетинге в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

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

Дисциплина «Маркетинг в туризме» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формированию общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для

осуществления маркетинговой деятельности в туристской индустрии. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ПК -5, ПК -17, ПК – 20. 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 ч.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» являются изучение особенностей маркетинговой стратегии в туристской индустрии, организации маркетинговых исследований туристического рынка, маркетинговых коммуникациях.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой физвоспитания. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных ОК-7. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: практические занятия и самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме нормативов и промежуточный контроль в форме зачета. Элективные дисциплины по физической культуре (модулей) в объеме не менее 328 академических часов.

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины (модуля) физической подготовки является развитие личности, воспитание сознательного и творческого отношения к физической культуре, как необходимой общеоздоровительной составляющей жизни. Задачи дисциплины: 1. понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; 2. знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни; 3. формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; 4. овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте; 5. приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической

подготовленности к будущей профессии и быту; 6. создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Психология»**

**Для подготовки бакалавров**

**по направлению 38.03.02**

**«Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

**(Аннотация)**

Дисциплина "Психология" входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой общей и социальной психологии. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: - ознакомлением студентов с психологической наукой и практикой, сложностью и многогранностью внутренней, душевной жизни человека, и тем самым развивает интерес студента к самопознанию и познанию других людей; - освоением системы знаний о фундаментальных законах, теориях, фактах психологии, необходимых для понимания психики человека; - овладением умениями: характеризовать психику, психические явления; выполнять практические работы; осуществлять поиск психологической информации и оценивать ее достоверность; ориентироваться и принимать решения в проблемных ситуациях; - развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей в процессе изучения психологической науки и ее вклада в научный прогресс; сложных и противоречивых путей развития идей, теорий и концепций современной психологии; - формирование знаний о психической организации человека как едином предмете теоретической и прикладной психологии. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных: ОК- 5, ОК-6 профессиональных : ПК – 1. 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 дифференцированного зачета. Объем дисциплины - 3 зачетные единицы, в том числе по видам учебных занятий - 108 академических часов р

### **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Психология» на ступени «бакалавриат» являются следующие: - овладение будущими специалистами знаниями о наиболее общих психологических закономерностях, теоретических принципах и методах психологии, освоение ими категориального строя и основных понятий психологической науки; - ознакомление студентов с психологической наукой и практикой, сложностью и многогранностью внутренней, душевной жизни человека, и тем самым развитие интереса студента к самопознанию и познанию других людей; - освоение системы знаний о фундаментальных законах, теориях, фактах психологии, необходимых для понимания психики человека; - овладение умениями: характеризовать психику, психические явления; выполнять практические работы; проводить исследования по психологическим методикам; осуществлять поиск психологической информации и оценивать ее достоверность; ориентироваться и принимать решения в проблемных ситуациях; - развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей в процессе изучения психологической науки и ее вклада в научный прогресс; сложных и противоречивых путей развития идей, теорий и

концепций современной психологии; - формирование знаний о психической организации человека как едином предмете теоретической и прикладной психологии.

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

Дисциплина "Экономическая психология" входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой общей и социальной психологии. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: - ознакомлением студентов с психологической наукой и практикой, сложностью и многогранностью внутренней, душевной жизни человека, и тем самым развивает интерес студента к самопознанию и познанию других людей; - освоением системы знаний о фундаментальных законах, теориях, фактах психологии, необходимых для понимания психики человека; - овладением умениями: характеризовать психику, психические явления; выполнять практические работы; осуществлять поиск психологической информации и оценивать ее достоверность; ориентироваться и принимать решения в проблемных ситуациях; - развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей в процессе изучения психологической науки и ее вклада в научный прогресс; сложных и противоречивых путей развития идей, теорий и концепций современной психологии; - формирование знаний о психической организации человека как едином предмете теоретической и прикладной психологии. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных: ОК- 5, ОК-6 профессиональных : ПК – 1. 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 дифференцированного зачета. Объем дисциплины - 3 зачетные единицы, в том числе по видам учебных занятий - 108 академических часов

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Психология» на ступени «бакалавриат» являются следующие: - овладение будущими специалистами знаниями о наиболее общих психологических закономерностях, теоретических принципах и методах психологии, освоение ими категориального строя и основных понятий психологической науки; - ознакомление студентов с психологической наукой и практикой, сложностью и многогранностью внутренней, душевной жизни человека, и тем самым развитие интереса студента к самопознанию и познанию других людей; - освоение системы знаний о фундаментальных законах, теориях, фактах психологии, необходимых для понимания психики человека; - овладение умениями: характеризовать психику, психические явления; выполнять практические работы; проводить исследования по психологическим методикам; осуществлять поиск психологической информации и оценивать ее достоверность; ориентироваться и принимать решения в проблемных ситуациях; - развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей в процессе изучения психологической науки и ее вклада в научный прогресс; сложных и противоречивых путей развития идей, теорий и

концепций современной психологии; - формирование знаний о психической организации человека как едином предмете теоретической и прикладной психологии.

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

Дисциплина «Управление маркетинговыми проектами» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы магистратуры по направлению 38.03.02 - Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. 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: профессиональных – ПК-2, ПК-6, ПК -7, ПК - 8, ПК -9. 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   2   зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 72 ч.

**Цели освоения дисциплины**

Цель освоения дисциплины: сформировать более глубокое понимание концепции маркетингового управления, развить практические навыки разработки, реализации и управления основными видами маркетинговых проектов. Задачи: - изучить основные виды и типы маркетинговых проектов; - иметь представление о функциях специалиста в сфере управления маркетинговыми проектами на предприятии; - владеть навыками эффективного инициирования и планирования маркетингового проекта; - уметь проводить оценку эффективности управления маркетинговыми проектами при внедрении проектного управления в деятельность компании; - приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:**  
**практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной**  
**деятельности»**  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Производственная практика входит в обязательный раздел основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент и представляет



собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Производственная практика реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. 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. Производственная практика реализуется стационарным способом и проводится в сторонних организациях: АНО Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва»; Торговый дом «Беларусь» на основе договоров. Основным содержанием производственной практики является приобретение практических навыков: организации самостоятельного профессионального трудового процесса, работы в профессиональных коллективах и обеспечения работы данных коллективов с соответствующими материалами; принятия организационных решений в стандартных ситуациях; а также выполнение индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности. Производственная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1 – 20. Объем производственной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

### **Цели производственной практики**

Целями производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» является: систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по организации маркетинговой деятельности в организации (на предприятии); формирование профессиональных умений и навыков по основным видам профессиональной деятельности в условиях работы конкретной организации (предприятия); приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере маркетинга, проведения маркетинговых исследований, анализа и оценки по результатам исследований эффективности маркетинговых стратегий организации предприятия). 2. Задачи производственной практики являются: - анализ конкурентного положения организации (предприятия) на рынке с учетом отраслевой специфики и прогнозирования рискованных ситуаций; - поиск эффективных средств и методов работы с целевой аудиторией с учетом коммуникативной стратегии организации (предприятия); - приобретение практического опыта сегментирования рынка, позиционирования и репозиционирования товаров на основе стратегического планирования маркетинговой деятельности организации (предприятия). - расчет и анализ статистических показателей, характеризующих маркетинговые процессы в организации (на предприятии).

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
Преддипломной практики  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Преддипломная практика входит в вариативную часть (Блок 2 Практики) основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02. Менеджмент и является обязательным элементом учебного плана, непосредственно ориентированным на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной. Преддипломная практика реализуется на факультете управления кафедрой

«Коммерция и маркетинг». Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от кафедры, отвечающий за общую подготовку и организацию практики, а также руководитель практики от предприятия. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. Преддипломная практика реализуется стационарными способами, проводится в сторонних организациях Республики Дагестан (Министерство промышленности и энергетики; АНО Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва»; Торговый дом «Беларусь»; ООО «Махачкалинский хлебозавод №2») на основе договоров. Прохождение практики оформляется в виде приказа по университету, в котором определяются сроки, объекты и руководители практики, график защиты отчетов по практике. Основным содержанием преддипломной практики является приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в выбранной студентом сфере: организационно-управленческая деятельность: - участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); - участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации; - планирование деятельности организации и подразделений; - формирование организационной и управленческой структуры организаций; - организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; - разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления); - контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; - мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; - участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы); информационно-аналитическая деятельность: - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений; - построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля; - создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций; - разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации; - оценка эффективности проектов; - подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности; - оценка эффективности управленческих решений; предпринимательская деятельность: - разработка бизнес-планов создания нового бизнеса; - организация и ведение предпринимательской деятельности. Преддипломная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, 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, ПК- 16, ПК- 17, ПК- 18, ПК- 19, ПК- 20. Объем преддипломной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часа.

Цели преддипломной практики. Преддипломная практика является важным завершающим этапом в процессе подготовки бакалавров менеджмента. Целью практики является решение конкретных задач дипломного проектирования в соответствии с выбранной темой на основе применения теоретических знаний, полученных в период обучения в университете, и практических навыков, приобретенных за время прохождения предыдущих видов практики. При анализе работы предприятия (организации) студент должен сосредоточить внимание на выявлении внутривыпускных резервов, мобилизации новых методов управления и организационно-технических мероприятий. Преддипломная практика проводится в форме профессиональной деятельности студентов на функциональных рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на предприятиях различных форм собственности.

Задачи практики: Задачами преддипломной практики являются: - ознакомление, изучение и практическое освоение основных направлений маркетинговых процессов. Расширение на практике круга данных, связанных со спецификой работы маркетинговых, экономических, финансовых и аналитических служб для организационного построения системы управления маркетингом; - приобретение навыков для проведения маркетинговых исследований, в т. ч. необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра. - углубленное изучение и анализ актуальных вопросов экономики, маркетинга, управления, организации деятельности хозяйственных субъектов и её нормативно - правового обеспечения; - изучение соответствующих методических, инструктивных и нормативных материалов; - сбор, обобщение, анализ материалов по теме выпускной квалификационной работы для включения их в основные разделы выпускной работы в целях выявления перспективных направлений; - подготовка письменного отчета о прохождении преддипломной практики на бумажном и электронном носителе, защита его в установленном порядке. Преддипломная практика в структуре ОПОП направления подготовки «Менеджмент» - 38.03.02. профиль «Маркетинг» занимает важное место, завершая изучение основных теоретических дисциплин учебного плана и формируя теоретические компетенции в полном объеме.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
учебной практики  
«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков»  
**Для подготовки бакалавров**  
**по направлению 38.03.02**  
**«Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**  
**(Аннотация)**

Учебная практика входит в обязательный раздел основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Учебная практика реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга. 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 реализуется стационарным способом на кафедре и в других подразделениях вуза. Учебная практика также реализуется посредством организации самостоятельной работы обучающихся с библиотечными ресурсами, ресурсами сети Интернет, а также с иной доступной научной и аналитической информацией. Основным содержанием учебной практики является приобретение практических навыков: организации самостоятельного профессионального трудового процесса, работы в профессиональных коллективах и обеспечения работы данных коллективов с соответствующими материалами; принятия организационных решений в стандартных ситуациях; а также выполнение индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности. Учебная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: 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,ПК-16, ПК-17, ПК18, ПК-19, ПК-20. Объем учебной практики 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

**Цели учебной практики**

Целями учебной практики являются соединить результаты теоретического обучения с практической деятельностью, получить первое представление о своей будущей профессии маркетолога, закрепить на основе собственного практического опыта основные теоретические положения и навыки, полученные за период обучения.

#### Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются: - формирование умений применять теоретические знания и профессиональных компетенций; - развитие и накопление профессиональных умений и навыков; - изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики (при необходимости); - ознакомление с организационной структурой предприятия и действующей в нем системы управления; - ознакомление с содержанием основных работ и исследований в области маркетинга, выполняемых в организации по месту прохождения практики; - изучение особенностей конкретных процессов необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в организации; - освоение приемов и методов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров маркетинговых процессов в соответствии с профилем Маркетинг; - принятие участия в конкретном процессе или исследованиях; - усвоение приемов, методов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.