АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН И ПРАКТИК

по направлению подготовки – 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) Маркетинг

ДИСЦИПЛИНЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ (БАЗОВАЯ ЧАСТЬ)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык» (Б1.Б.1)

1. Цели дисциплины – приобретение обучающимися общей, коммуникативной и профессиональной компетенций, уровень которых на отдельных этапах языковой подготовки позволяет использовать иностранный язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для целей самообразования.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4).

Знать:

- основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели;
- русские эквиваленты основных слов и выражений речи в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия;
- основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы;
- пассивную и активную лексику, в том числе общенаучную и специальную терминологию, необходимую для работы над типовыми текстами;
- приемы работы с оригинальной литературой на иностранном языке.

Уметь:

- работать с оригинальной литературой на иностранном языке;
- работать со словарем;
- вести переписку на изучаемом языке с целью межличностного и межкультурного взаимодействия;
- вести речевую деятельность применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации.

Владеть:

- иностранным языком на уровне межличностного и межкультурного общения, навыками и умениями речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи;
- основами реферирования и аннотирования литературы на изучаемом иностранном языке.

3. Краткое содержание дисциплины

Модуль 1. Грамматические трудности изучаемого языка.

1.1 Личные, притяжательные и прочие местоимения.

Спряжение глагола-связки.

Изменение глагола-связки в формах настоящего времени. Образование различных видовременных форм с помощью глагола-связки. Образование и употребление форм пассивного залога.

1.2 Порядок слов в предложении. Эмфатические конструкции.

2.1. Инфинитив. Формы инфинитива. Продолженный и перфектный инфинитив. Функции инфинитива в предложении. Образование и употребление инфинитивных оборотов типа

«сложное подлежащее» и «сложное дополнение». Варианты перевода инфинитивных оборотов на русский язык.

2.2. Видо-временные формы глаголов. Образование простых, продолженных, перфектных и перфектно-продолженных времен. Вопросительные предложения в различных временах. Образование отрицательных форм глагола в различных временах.

Модуль 2. Чтение тематических текстов.

Чтение текстов по темам:

1. Введение в специальность.
2. Д.И. Менделеев.
3. РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Понятие о видах чтения на примерах текстов о Химии, Д.И. Менделееве, РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Активизация лексики прочитанных текстов.

Изучающее чтение научно-популярных текстов по выбранной специальности.

Примерная тематика текстов: «Менеджмент и научные методы»; «Менеджмент на химико-технологическом предприятии».

Лексические особенности текстов научно-технической направленности. Терминология научно-технической литературы на изучаемом языке.

Модуль 3. Практика устной речи

Практика устной речи по темам:

1. «Говорим о себе»,
2. «В городе»,
3. «Район, где я живу».

Монологическая речь по теме «о себе». Лексические особенности монологической речи. Речевой этикет повседневного общения (знакомство, представление, установление и поддержание контакта, запрос и сообщение информации, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия). Фонетические характеристики изучаемого языка. Особенности диалогической речи по пройденным темам.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**8,0**	**288**
Аудиторные занятия:	**0,89**	**32**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР):	**6,64**	**239**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	6,64	239
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,47**	**Зачеты (8)** **Экзамен (9)**
В том числе по семестрам		
1 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**2,5**	**90**
Аудиторные занятия:	**0,28**	**10**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,28	10
Самостоятельная работа (СР):	**2,11**	**76**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	76
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Продолжение таблицы

В том числе по семестрам		
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**2,5**	**90**
Аудиторные занятия:	**0,28**	**10**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,28	10
Самостоятельная работа (СР):	**2,11**	**76**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,11	76
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**
3 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3,0**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,33	12
Самостоятельная работа (СР):	**2,42**	**87**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,42	87
Виды контроля:	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия» (Б1.Б.2)

1. Цель дисциплины «Философия» – сформировать у студентов комплексное представление о роли и месте философии в системе гуманитарных, социальных и естественных наук, познакомить их с основами философского знания, необходимыми для решения теоретических и практических задач.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по образовательной программе высшего образования для направления подготовки бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент, с рекомендациями методической секции Ученого совета РХТУ им. Д. И. Менделеева.

Программа относится к базовой части блока дисциплин учебного плана (Б1.Б.2) и рассчитана на изучение на 1 году обучения.

Обозначенной целью определяются следующие задачи дисциплины:

- формирование научных основ мировоззрения студентов;
- формирование навыков логического, методологического и философского анализа развития и функционирования различных сфер жизни общества, его социальных институтов;
- формирование умений использовать философские знания в профессиональной деятельности будущих специалистов;
- формирование творческого мышления, самостоятельности суждений, интереса к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

Знать:

- основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;

Уметь:

- понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни; грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал; применять полученные философские знания к решению профессиональных задач;

Владеть:

- представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира.

Общая трудоемкость изучения дисциплины: 5 ЗЕ (180 часов). Из них аудиторная нагрузка – 48 (лекций – 32 часа, практических занятий – 16 часов). Форма контроля – экзамен.

3. Краткое содержание дисциплины:

Введение. Философия, ее происхождение и роль в обществе.

Модуль 1. Основные философские школы.

Античная философия (досократики, софисты, Сократ, Демокрит, Платон, Аристотель, эллинистически-римская философия). Основные проблемы средневековой философии и эпохи Возрождения. Философия Нового времени (XVII – XVIII вв.) Идеология Просвещения. Немецкая классическая философия. Русская философия XIX – XX вв. Основы марксистской философии. Основные направления современной философии.

Модуль 2. Философские концепции бытия и познания.

Проблема бытия в истории философии. Понятия материального и идеального. Основные философские направления: материализм и идеализм. Принцип глобального эволюционизма в современной научной картине мира.

Концепции пространства и времени в истории философии и науки.

Происхождение сознания. Роль труда в происхождении сознания. Идеалистические и материалистические концепции сознания. Сознание и мозг. Сознательное и бессознательное. Сознание и язык. Сознание и самосознание.

Концепции гносеологии в истории философии: сенсуализм, рационализм, скептицизм, агностицизм, концепция врожденных идей, априоризм. Диалектика познания: чувственное и рациональное. Основные теории истины.

Модуль 3. Проблемы человека в философии.

Человек как предмет философского анализа в истории философии. Происхождение человека: природные и социальные условия антропосоциогенеза. Биологическое и социальное в человеке. Индивид, индивидуальность, личность.

Смысл жизни и предназначение человека. Жизнь, смерть, бессмертие. Движение ненасилия, его роль в современной жизни. Цели и ценности. Свобода воли и ответственность личности. Нравственные, религиозные, эстетические ценности.

Модуль 4. Философия истории и общества

Человек в системе социальных связей. Личность и массы, свобода и необходимость. Философия истории: формационная и цивилизационная концепции исторического развития. Прогрессистские и циклические модели развития. Глобальные проблемы современности. Концепция устойчивого развития и сценарии будущего.

Общество и его структура. Социальная, политическая и духовная сферы общества. Концепции государства в истории философской мысли. Гражданское общество и правовое государство.

Модуль 5. Философские проблемы химии и химической технологии

Научное и вненаучное знание. Структура научного знания, его методы и формы. Научные революции и смена типов рациональности. Наука в современном мире. Этика науки и ответственность ученого.

Проблема соотношения науки и техники. Социальные последствия научно-технического прогресса. Этические и экологические императивы развития науки и техники.

Место химии в системе естественных наук. Основная проблема химии как науки и производства. Цели и задачи химической технологии. Специфика химико-технологического знания: фундаментальное и прикладное, эмпирическое и теоретическое.

4. Объем учебной дисциплины:

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Семинары (С)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**4,42**	**159**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,42	159
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «История» (Б1.Б.3)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о роли и месте истории в системе гуманитарных и социальных наук, культурно-историческом своеобразии России, ее месте во всемирно-историческом процессе, об особенностях и основных этапах её исторического развития; введение студентов в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.

В соответствии с рабочими учебными планами по направлению подготовки 38.03.02 (уровень подготовки – бакалавр) дисциплина «История» относится к обязательным дисциплинам базовой части учебного плана и рассчитана на изучение на первом курсе обучения.

Задачи изучения истории заключаются в приобретении следующих знаний, развитии умений и навыков личности:

- понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в т.ч. и защите национальных интересов России;
- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе, политической организации общества;
- воспитание нравственности, морали, толерантности;
- понимание места и роли области деятельности выпускника РХТУ им. Д. И. Менделеева в общественном развитии, взаимосвязи с другими социальными институтами;
- навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- умение логически мыслить, обладая самостоятельностью суждений, интерес к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

Знать:

- основные направления, проблемы и методы исторической науки;
- основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории.

Уметь:

- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы;
- формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.

Владеть:

- представлениями об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания;
- представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии;
- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- навыками анализа исторических источников.

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы. Из них аудиторная нагрузка 48 часов (лекций 32 часа, практических занятий – 16 часов), самостоятельная работа 60 часов. Форма отчетности – экзамен.

3. Краткое содержание дисциплины

В содержание курса включается понятие об истории как науке, о её месте в системе социально-гуманитарных наук, излагаются основы методологии исторической науки.

Раскрывается содержание и общая характеристика основных этапов отечественной истории. Начало российской государственности. Киевская Русь. Этнокультурные и социально-политические процессы становления российской государственности. Принятие христианства.

Русские земли в XII – начале XVI вв. Образование Российского государства, его историческое значение. Россия в середине XVI – XVII вв.

Российское государство в XVIII веке – веке модернизации и просвещения. Реформы Петра I как первая попытка модернизации страны, её особенности. Формирование Российской империи. Основные направления «европеизации» страны. Эволюция социальной структуры общества. Дальнейшее расширение границ Российской империи.

Россия в XIX столетии. Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное. Важнейшие условия перехода России к индустриальному обществу – решение крестьянского вопроса и ограничение самодержавия. Длительность, непоследовательность, цикличность процесса буржуазного реформирования. Роль субъективного фактора в преодолении отставания. Реформы XIX века, их значение. Общественные движения в XIX веке.

Россия в начале XX века (1900 – 1917гг.). Особенности социально-экономического развития России в начале XX века. Объективная потребность индустриальной модернизации России. Соотношение политических сил в России в начале XX века. Нарастание кризиса самодержавия. Первая российская революция. Образование политических партий. Государственная дума начала XX века как первый опыт российского парламентаризма. Столыпинская аграрная реформа. Первая мировая война и участие в ней России. Февральская революция 1917г. и коренные изменения в политической жизни страны.

Формирование и сущность советского строя (1917-1991гг.). Подготовка и победа Октябрьского вооруженного восстания в Петрограде. II Всероссийский съезд Советов и его решения. Экономическая и социальная политика большевиков. Гражданская война и иностранная интервенция. Судьба и значение НЭПа. Утверждение однопартийной политической системы. Образование СССР. Политическая борьба в партии и государстве. СССР в годы первых пятилеток (конец 20-х гг. – 30-е гг.). Формирование режима личной власти Сталина и командно-административной системы управления государством. Внешняя политика СССР в 20-30-е гг.

СССР во второй мировой и Великой Отечественной войне. Изменение соотношения сил в мире после второй мировой войны. Начало «холодной войны». Трудности послевоенного развития СССР. Ужесточение политического режима и идеологического контроля. Попытки обновления «государственного социализма». XX съезд КПСС и осуждение культа личности Сталина. «Оттепель» в духовной сфере. Экономические реформы середины 60-х годов, причины их незавершенности. Нарастание кризисных явлений в советском обществе в 70-е – середине 80-х годов. Внешняя политика СССР в конце 60-х начале 80-х гг.: от разрядки к обострению международной обстановки. «Перестройка»: сущность, цели, задачи, основные этапы, результаты. Распад СССР. Образование СНГ.

Становление новой российской государственности (с 1991- по настоящее время). Либеральная концепция российских реформ: переход к рынку, формирование гражданского общества и правового государства. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 90-х годов. Конституция Российской Федерации 1993г. Межнациональные отношения. Политические партии и общественные движения России на современном этапе. Россия на пути модернизации. Россия в системе мировой экономики и международных связей.

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы. Из них аудиторная нагрузка 48 часов (лекций 32 часа, практических занятий – 16 часов), самостоятельная работа 60 часов. Форма отчетности – экзамен.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид итогового контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи» (Б1.Б.4)

1. Цель дисциплины – повышение общей и профессиональной культуры речи студента и формирование практической потребности в саморазвитии и совершенствовании личности.

Задачи изучения курса «Русский язык и культура речи»:

- совершенствование языковой личности;
- овладение литературными нормами современного русского языка;
- формирование речевой культуры в сфере учебно-научной деятельности;
- развитие интереса к родному языку;
- формирование практической потребности в саморазвитии и совершенствовании личности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК- 5).

Знать:

- функции языка как средства формирования и трансляции мысли, как способ общения с учетом социальных, культурных, этнических различий;

- специфику устной и письменной речи;
- сферы обслуживания книжной и разговорной речи;
- специфику научного языка, жанры научного стиля;
- стилевые черты и языковые особенности жанров официально-делового стиля;
- нормы литературного языка;
- особенности подготовки текстов разных видов публичного выступления;

Уметь:

- трансформировать письменный текст в устную форму речи;
- отличать кодифицированную (нормированную) речь от некодифицированной;
- (ненормированной);
- находить в тексте речевые ошибки и устранять их;
- выделять структурные единицы текста;
- использовать изобразительно-выразительные средств языка;
- составлять личные документы в соответствии с нормативными требованиями;
- выступать публично с разными коммуникативными намерениями;

Владеть:

- культурой научной и деловой речи в письменной и устной форме;
- основами эффективной коммуникации в учебной и профессиональной;
- деятельности (навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии).

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в предмет.

1.1. Русский язык и культура речи как предмет, как составляющая жизненного успеха. Основные понятия курса: язык, речь, культура речи, речевая ситуация, имидж, языковая личность. Влияние языка на формирование личности человека. Русский язык как способ существования русского национального мышления и русской культуры. Исторические сведения о русском языке.

1.2. Литературный язык и нелитературные типы речи. Официальные и неофициальные ситуации общения. Формы речи (письменная и устная) и их специфика. Характер соотношения письменного и устного ряда речевых проявлений. Функциональные стили (научный, официально-деловой, публицистический). Отбор языковых средств для обеспечения наиболее эффективной коммуникации в определенной ситуации.

Модуль 2. Культура научной речи и деловой речи.

2.1. Текст, его структура, типы, композиция, виды компрессии. Особенности научного стиля речи, специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Жанры устной научной речи.

2.2. Официально-деловой стиль речи, его разновидности, сфера его функционирования, жанровое разнообразие; языковые формулы официальных документов; интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи; правила оформления деловых писем и частных деловых документов. Речевой этикет в документе.

Модуль 3. Нормативный аспект.

3.1. Определение нормативности и вариантности. Правильность речи и мастерство речи. Разновидности языковых норм. Орфоэпические нормы русского литературного языка.

3.2. Лексические нормы русского литературного языка, причины нарушения их. Значение слова и лексическая сочетаемость. Иноязычные слова в современной русской речи. Русская фразеология и выразительность речи.

3.3. Грамматические нормы русского литературного языка и случаи их нарушения. Строгое соблюдение морфологических норм современного русского языка. Трудные случаи употребления имен существительных. Изменения, происходящие в употреблении имен числительных. Синтаксические нормы и культура речи. Трудные случаи именного и глагольного управления.

Модуль 4. Общие особенности подготовки публичного выступления.

4.1. Роль слова в профессиональной деятельности экономистов. Особенности публицистического стиля речи. Понятие устного публичного выступления, его виды и общие требования к подготовке публичного выступления.

4.2. Основные этапы работы над речью: смысловые модели изобретения содержания речи, структура разных типов текстов; роль вступления и заключения в композиции публичного выступления; языковые средства выразительности как способ эффективного воздействия на слушателей. Роль техники речи в процессе работы над выступлением.

Модуль 5. Подготовка публичных выступлений в разных жанрах.

5.1. Информационное и рекламное выступление. Жанры информационных выступлений и общие правила подготовки к ним. Правила подготовки устного рекламного выступления, «самопрезентации».

5.2. Требования к протокольно-этикетному выступлению и правила подготовки поздравительных и приветственных речей, представления гостя, рекламы продукта, услуги.

5.3. Аргументирующая речь. Понятие аргументации как процесса доказательства и совокупности системы аргументов.

5.4. Роль публичных дискуссий в современном обществе. Понятие спора, его цели и виды. Основные стратегии и тактики спора. Подготовка к дискуссии и правила участия в ней.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Самостоятельная работа (СР):	**3,34**	**120**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,34	120
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,22**	**Зачет (8)**
В том числе по семестрам		
1 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**2,0**	**72**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**8**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**2,0**	**72**
Аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Виды контроля:	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология» (Б1.Б.5)

1. Цель дисциплины – приобретение студентами знаний в области эффективной коммуникации и взаимодействия в коллективе.

Основной задачей дисциплины является формирование психологической и личностной компетентности студентов, необходимой для дальнейшего успешного вхождения в профессиональный коллектив, способности к конструктивному психологическому самоанализу и анализу поведения других людей с целью более эффективного взаимодействия с окружающей средой в процессе профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

Знать:

- основные психологические понятия (психика, сознание, индивид, личность, индивидуальность, психические процессы, коммуникация, восприятие, взаимодействие, целеполагание и пр.); психологические особенности процесса общения; профессионально важные качества, значимые для будущей специальности; способы разработки оптимальных программ достижения профессиональных целей;

Уметь:

- анализировать свои возможности и ограничения, использовать методы самодиагностики, самопознания, саморегуляции и самовоспитания; устанавливать с коллегами отношения, характеризующиеся эффективным уровнем общения; анализировать проблемные ситуации с точки зрения психологии человека;

Владеть:

- навыками и методами разрешения проблемных ситуаций, возникающих в процессе общения (в том числе конфликтных); навыками и методами повышения уровня самомотивации к выполнению профессиональной деятельности; методами планирования профессиональной деятельности, целеполагания и разработки оптимальных программ реализации цели.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие «психологии» как науки. Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект, индивидуальность. Психика и организм. Психика, поведение и деятельность. Основные функции психики. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания.

Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь.

Психология личности. Условия, источники и движущие силы психического развития. Проблема возраста и возрастной периодизации. Социальная ситуация развития. Ведущая деятельность. Особенности развития человека в разных возрастах.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социально-политическая история» (Б1.Б.6)

1. Цель дисциплины: приобретение студентами научных знаний в области социально-политической жизни общества через анализ истории России XX-XXI вв.

В соответствии с рабочими учебными планами по направлению подготовки 38.03.02 (уровень подготовки – бакалавр) «Социально-политическая история России XX-XXI вв.» относится к относится к обязательным дисциплинам базовой части учебного плана **(**Б1. Б.6**)** и рассчитана на изучение в 4-ом семестре обучения.

Основными задачами дисциплины являются: формирование представлений об основных этапах социально-политической истории России в XX-XXI вв.; осмысление исторического опыта последнего столетия, изучение всей цепи социально-политических событий в их целостности, в причинно-следственных связях и противоречивых результатах; содействие политической социализации студенческой молодежи, формирование у студентов гражданских качеств, чувства патриотизма.

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы. Из них аудиторная нагрузка 32 часа (лекций 16 часов, практических занятий – 16 часов), самостоятельная работа 40 часов. Форма отчетности – зачет.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

Знать:

- основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.;
- сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени;
- общие закономерности социально-политического процесса;
- место и роль различных социальных групп в обществе;
- влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.

Уметь:

- анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса;
- вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;
- ориентироваться в системе современных социально-политических технологий;
- определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.

Владеть:

- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- методами социально-политического анализа общественной жизни;
- навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Государство и политическая власть в истории России (XX-XXI вв).

1.1. Предмет социально-политической истории России.

Место социально-политической истории в системе исторического знания. Модели понимания и интерпретации социально-политического процесса. Понятийно-категориальный аппарат, методы, функции социально-политической истории. Традиции политического анализа исторического процесса в отечественной науке. Характер и особенности политической культуры России.

1.2. Государство в истории России (XX-XXI вв.).

Понятие государства и его функции. Формы правления и государственно-территориального устройства. Изменения форм правления и государственно-территориального устройства в истории России XX-XXI вв. Проблемы формирования и развития парламентаризма, правового государства и гражданского общества в России в XX-XXI вв.

1.3. Эволюция политического режима России в XX-XXI вв.

Понятие и типы политических режимов. Тоталитаризм, авторитаризм, демократия. Современные теории демократии.

Политический режим царской России. Политические режимы Советского государства. Политический режим современной России.

Модуль 2. Основные социально-политические процессы в истории России XX-XXI вв. и их субъекты.

2.1. Идеологии и партии в социально-политической истории России XX-XXI вв.

История становления партий и партийной системы в России. Партийная система современной России.

Характеристики основных идеологических течений современности и их отражение в истории России XX-XXI вв .

2.2. Революции и реформы в новейшей истории России.

Революция и реформы: понятие и сущность. Революции в российской истории и их последствия. Реформы XX века. Проблемы модернизации современной России. Реформирование современного российского общества: проблемы и перспективы.

2.3. Характеристика социально-классовой структуры российского общества.

Понятие социально-классовой структуры: сословия, классы, социальные группы. Трансформация социально-классовой структуры общества на различных этапах истории России.

Модуль 3. Национальные отношения в России XX-XXI вв. Внешняя политика России в новейшей истории.

3.1. Национальные отношения и национальная политика России XX-XXI вв.

Особенности формирования России как многонационального государства; характеристика ее национального состава. Национально-государственное строительство в России: от империи к федерации. Этнополитические процессы в современной России.

3.2. Внешняя политика России (XX-XXI вв).

Национальные интересы и внешняя политика. Внешняя политика России в начале XX века. Мировые войны и изменения в системе международных отношений. Внешняя политики России на современном этапе. Место и роль России в современном мире.

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-3).

4. Объем учебной дисциплины

Вид учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции (Лек)	0,11	4
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» (Б1.Б.7)

1. Цель дисциплины - 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, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными задачами дисциплины являются:

- приобретение понимания проблем устойчивого развития и рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;

формирование:

- культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
- культуры профессиональной безопасности, способностей для идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
- готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- способностей к оценке вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

Знать:

- - основные техносферные опасности, их свойства и характеристики;
- - характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности

Уметь:

- идентифицировать основные опасности среды обитания человека;
- оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности

Владеть:

- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности;
- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях;
- понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;
- навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

3. Краткое содержание дисциплины.

1. Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Безопасность и устойчивое развитие.

2. Человек и техносфера. Структура техносферы и ее основных компонентов.

Современное состояние техносферы и техносферной безопасности.

3. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.

Классификация негативных факторов среды обитания человека. Химические негативные факторы (вредные вещества). Механические и акустические колебания, вибрация и шум. Электромагнитные излучения и поля. Ионизирующие излучение. Электрический ток. Опасные механические факторы. Процессы горения и пожаровзрыво- опасные свойства веществ и материалов. Статическое электричество.

4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения.

Основные принципы защиты. Защита от химических и биологических негативных факторов. Защита от энергетических воздействий и физических полей. Анализ и оценивание техногенных и природных рисков.

5. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Понятие комфортных или оптимальных условий. Микроклимат помещений. Освещение и световая среда в помещении.

6. Психофизиологические и эргономические основы безопасности.

Психические процессы, свойства и состояния, влияющие на безопасность. Виды и условия трудовой деятельности. Эргономические основы безопасности.

7. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.

Общие сведения о ЧС. Пожар и взрыв. Аварии на химически опасных объектах.

Радиационные аварии. Приборы радиационной, химической разведки и дозиметрического контроля. Чрезвычайные ситуации военного времени. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях.

8. Управление безопасностью жизнедеятельности.

Законодательные и нормативные правовые основы управления безопасностью жизнедеятельности. Экономические основы управления безопасностью. Страхование рисков. Государственное управление безопасностью.

4. Объем учебной дисциплины

Вид учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Лабораторные работы	0,11	4
Самостоятельная работа	**3,42**	**123**
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура» (Б1.Б.8)

1 Цель дисциплины - овладение методологией научного познания физической культуры и спорта; системой практических умений и навыков, обеспечивающих совершенствование психофизических способностей; знание исторических, научных и педагогических основ физической культуры, спорта и здорового образа жизни; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, физическому совершенствованию и самовоспитанию, установка на здоровый образ жизни.

2 В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7).

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и спорта, туризма и здорового образа жизни;
- социально-биологические основы физической культуры и спорта;
- исторические основы физической культуры и спорта;
- историю физической культуры и спорта, иметь представление о значимых спортивных событиях не только своей страны, но и мирового уровня; важнейшие достижения в области спорта;
- спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева, помнить о подвигах спортсменов в годы Великой отечественной войны 1941-1945 гг.

Уметь:

- применять полученные теоретические знания в повседневной, образовательной и профессиональной деятельности;
- самостоятельно совершенствовать и развивать свой культурный уровень в области истории физической культуры и спорта;
- оперировать тематическим понятийным аппаратом современной физической культы и спорта;
- выполнять задания, связанные с самостоятельным анализом и обработкой информации по изучаемым темам.
- *Владеть:*
- навыками критического мышления, обобщения и анализа информации, постановки цели и выбора пути ее достижения;
- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;
- методами философского познания, навыками рефлексии.

3 Краткое содержание дисциплины

Дисциплина (модули) по «Физической культуре» реализуются в рамках базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата в объеме 72 академических часов (2 зачетные единицы) при **заочной форме обучения**.

Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение двух семестров (2-го и 6-го), предполагает, что обучающиеся получают теоретическую подготовку в области «Физическая культура».

Разделы дисциплины и виды занятий

Модуль	Название модуля	Всего, акад.ч/з.ед.	Часов		
			Лек	СР	КР
1.	Предмет «Физическая культура». Спорт и подвиг. История спортивных обществ страны.	36 / 1 з.ед.	4	28	4
2	Спорт высших достижений. История Олимпийских, паралимпийских, специальных, дефлимпийских игр.	36 /1 з.ед.	4	28	4
	Всего часов	**72**	**8**	**56**	**8**

Каждый модуль программы имеет структуру:

- лекции;
- практический раздел (домашнее задание – самостоятельная работа студентов);
- контрольный раздел (КР).

Теоретический раздел формирует систему научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, умения их адаптивного творческого использования для личностного и профессионального развития; самосовершенствования, организации здорового образа жизни при выполнении учебной, профессиональной и социокультурной деятельности.

Самостоятельная работа предусматривает изучение основных методов и способов формирования учебных, профессиональных и жизненных умений и навыков средствами физической культуры и спорта.

Контрольный раздел. Критерием успешности освоения учебного материала является оценка преподавателя, учитывающая своевременность выполнения домашних заданий, четкость и полноценность выполнения контрольных работ, знаний теоретического раздела программы

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**1,56**	**56**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,56	56
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,22**	**Зачет (8)**

Продолжение таблицы

В том числе по семестрам		
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**1**	**36**
Аудиторные занятия:	**0,11**	**4**
Лекции (Лек)	0,11	4
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**0,78**	**28**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,78	28
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**
6 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**1**	**36**
Аудиторные занятия:	**0,11**	**4**
Лекции (Лек)	0,11	4
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**0,78**	**28**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,78	28
Виды контроля:	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Правоведение» (Б1.Б.9)

1. Цели дисциплины:

- овладение основами правовых знаний;
- формирование правовой культуры активного, законопослушного гражданина.

2. В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

Знать:

- основы российской правовой системы и российского законодательства, основы организации и функционирования судебных и иных правоприменительных и правоохранительных органов;
- правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности;
- правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку, обществу, окружающей среде;
- права и обязанности гражданина;
- основы трудового законодательства;
- основы хозяйственного права;
- основные направления антикоррупционной деятельности в РФ;
- основные нормативные правовые документы.

Уметь:

- использовать этические и правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку, обществу, окружающей среде, использовать права и свободы человека и гражданина при разработке социальных проектов;
- использовать и составлять нормативные и правовые документы, относящиеся к профессиональной деятельности, предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав;
- реализовывать права и свободы человека и гражданина в различных сферах жизнедеятельности;

Владеть:

– навыками анализа нормативных правовых актов.

3. Краткое содержание дисциплины:

Понятие и признаки государства. Формы государства. Функции государства. Понятие и признаки права. Основные правовые системы современности. Понятие и виды источников права. Определение закона и подзаконных актов. Действие нормативных правовых актов во времени. Обратная сила закона. Понятие правовых норм, их структура. Система права. Частное и публичное право. Материальное и процессуальное право. Правоотношение: объект, субъект и содержание правоотношений. Юридические факты.

Конституция – основной Закон Российской Федерации. Федеративное устройство РФ. Система государственных органов и принцип разделения властей в РФ. Понятие гражданства. Признание, соблюдение, защита равных прав женщин и мужчин как основная обязанность государства.

Понятие и предмет административного права. Общая характеристика Кодекса РФ об административных правонарушениях. Административные правонарушения: понятие и признаки. Административная ответственность: понятие и принципы. Понятие, признаки и виды административных наказаний.

Понятие и предмет уголовного права. Уголовная ответственность: понятие, основание возникновения. Понятие преступления: признаки, структура. Состав преступления. Соучастие в преступлении. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Понятие, цели и виды наказаний. Уголовная ответственность за совершение преступлений. Условное осуждение, освобождение от уголовной ответственности. Предмет и объект криминалистики. Методы и задачи криминалистики. Понятие криминалистической идентификации. Объекты и виды криминалистической идентификации. Криминалистическая техника. Криминалистическая тактика.

Экологическое право: понятие, предмет метод и источники экологического права РФ. Понятие, виды и структура экологических правонарушений, ответственность за их совершение.

Понятие информации. Ответственность за нарушение законодательства о защите информации. Государственная тайна: понятие, защита, правовое регулирование государственной, служебной и иной информации. Конфиденциальная информация: понятие, виды и защита. Защита персональных данных гражданина.

Понятие, предмет и метод гражданского права. Понятие гражданского правоотношения, его специфика. Структура гражданского правоотношения. Праводееспособность субъектов гражданского правоотношения. Граждане как субъекты гражданского права. Физические и юридические лица: понятие, признаки, классификация. Юридические факты. Право собственности. Понятие авторского права. Понятие патентного права. Понятие интеллектуальной собственности (ИС) и исключительного права. Классификация ИС. Система правовой охраны интеллектуальной собственности, авторских и патентных прав.

Понятие хозяйственного (предпринимательского) права. Предмет хозяйственного (предпринимательского) права, признаки, методы правового регулирования. Понятие хозяйственной и предпринимательской деятельности.

Правовое регулирование семейных отношений. Заключение и прекращение брака. Права и обязанности родителей и детей. Алименты. Формы воспитания детей, оставшихся без попечения родителей.

Предмет и метод трудового права. Трудовой договор: понятие, стороны, содержание. Рабочее время. Время отдыха. Трудовые споры. Дисциплина труда.

Понятие и истоки коррупции. Нормативное определение коррупции. Причины распространения коррупции. Наказуемые и ненаказуемые формы коррупции. Скрытые (латентные) формы коррупции. Формы коррупции-преступления. Формы коррупции-проступка. Формы политической коррупции. Нормативные правовые акты в сфере противодействия коррупции. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,67**	**96**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Химия» (Б1.Б.10)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов целостного естественнонаучного мировоззрения. Опираясь на полученные в средней школе химические знания, программа предусматривает дальнейшее углубление современных представлений в области химии.

Задачей дисциплины является:

– изучение основ общей и неорганической химии с целью применения их при изучении последующих химических дисциплин;

– овладение основами химической термодинамики, кинетики, учения о растворах и основ строения вещества как теоретическими основами химии;

– изучение периодического закона как основы неорганической химии;

– развитие навыков решения конкретных практических задач, а также закрепление в памяти студентов теоретических сведений о закономерностях неорганической химии;

– приобретение студентами знаний о строении органических соединений, основных химических свойствах различных классов органических соединений и методах их получения.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

– способностью к самореализации и самообразованию (ОК-6).

Знать:

– электронное строение атомов и молекул;
– основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии;
– основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния;
– методы описания химических равновесий в растворах электролитов,
– строение и свойства координационных соединений
– теоретические основы строения и свойств различных классов органических соединений;
– способы получения и химические свойства основных классов органических соединений;
– основные механизмы протекания органических реакций;

Уметь:

– выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ;
– использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные для решения профессиональных задач;
– прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях;
– анализировать и предсказывать реакционные свойства органических соединений;

– составлять схемы синтеза органических соединений, заданного строения;

Владеть:

– теоретическими методами описания свойств простых и сложных веществ на основе электронного строения их атомов и положения в периодической системе химических элементов;
– основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений;
– основными теоретическими представлениями в органической химии.

3. Краткое содержание дисциплины:

Строение атомов и периодический закон.

Волновые свойства материальных объектов. Современная формулировка периодического закона. Периодическая система и ее связь со строением атомов. Заполнение электронных слоев и оболочек атомов в периодической системе элементов Д.И. Менделеева. Степени окисления. Важнейшие окислители и восстановители. Важнейшие схемы превращения веществ в окислительно-восстановительных реакциях.

Химическая связь и строение молекул.

Ковалентная связь, основные положения метода валентных связей. Рассмотрение схем перекрывания атомных орбиталей при образовании связей в молекулах. Общие сведения о комплексных соединениях, их строение. Межмолекулярная и внутримолекулярная водородная связь. Ионная связь как предельный случай ковалентной связи.

Энергетика реакций и химическое равновесие.

Понятие о химической термодинамике, термодинамические функции состояния (характеристические функции). Химическое равновесие. Истинное и кажущееся равновесия. Константа химического равновесия.

Равновесия в растворах

Процессы, сопровождающие образование жидких истинных растворов неэлектролитов и электролитов. Ассоциированные и неассоциированные электролиты. Степень диссоциации. Константа диссоциации. Равновесие в системе, состоящей из насыщенного раствора малорастворимого электролита и его кристаллов. Равновесие в растворах комплексных соединений. Равновесие диссоциации воды, ионное произведение воды и его зависимость от температуры. Шкала pH. Гидролиз солей.

Номенклатура органических соединений. Теория химического строения и насыщенные углеводороды (УВ). Природа ковалентной связи. Формулы Льюиса. Формальный заряд. Эффекты заместителей. Промежуточные соединения и частицы органических реакциях. Энергетическая диаграмма реакции. Механизм реакции. Стереоизомерия, ее виды и обозначения.

Алифатические соединения. Насыщенные и ненасыщенные углеводороды. Алканы, циклоалканы, алкены, алкины, диены. В каждом классе рассматриваются следующие разделы: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения. Механизмы реакций.

Ароматические соединения. Теории ароматичности. Соединения бензольного ряда.

Изомерия. Номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Влияние заместителей в бензольном кольце на направление реакций электрофильного замещения.

Галогенопроизводные. Классификация. Номенклатура. Алкил- и аллилгалогениды.ароматические галогениды. Изомерия. Номенклатура. Способы получения. Пространственное и электронное строение. Физические свойства. Реакции нуклеофильного замещения и отщепления. Понятие нуклеофильности и основности реагентов.

Металлорганические соединения. Типы связей в элементорганических соединениях. Реакция Гриньяра, механизм. Реакции с карбонильными соединениями.

Спирты. Фенолы. Простые эфиры. Альдегиды, кетоны. Карбоновые кислоты и их производные. В каждом классе рассматриваются следующие разделы: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения. Механизмы реакций.

Азотсодержащие соединения. Нитросоединения. Амины. В каждом классе рассматриваются следующие разделы: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**10**	**360**
Аудиторные занятия:	**0,89**	**32**
Лекции (Лек)	0,44	16
Практические занятия (ПЗ)	0,34	12
Лабораторные работы (ЛР)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**8,89**	**320**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	8,89	320
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,22**	**Зачет (4) Зачет с оценкой (4)**
В том числе по семестрам		
1 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,45**	**16**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	0,17	6
Лабораторные работы (ЛР)	0,06	2
Самостоятельная работа (СР):	**4,44**	**160**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,44	160
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,45**	**16**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	0,17	6
Лабораторные работы (ЛР)	0,06	2
Самостоятельная работа (СР):	**4,44**	**160**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,44	160
Виды контроля:	**0,11**	**Зачет с оценкой (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Математика» (Б1.Б.11)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов системы основных понятий, используемых для построения важнейших математических моделей, и умения использовать математические методы для описания различных процессов.

Основными задачами дисциплины, решение которых обеспечивает достижение цели, являются:

- формирование понимания значимости математической составляющей в естественнонаучном образовании бакалавра;
- ознакомление с системой понятий, используемых для описания важнейших математических моделей и математических методов, и их взаимосвязью;
- ознакомление с примерами применения математических моделей и методов;
- формирование навыков и умений использования математических моделей и математических методов.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

Знать:

- основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений;
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;
- основы применения математических моделей и методов.

Уметь:

- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов;
- использовать основные методы статистической обработки данных;
- применять математические знания на междисциплинарном уровне.

Владеть:

- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата;
- методами статистической обработки информации.

3. Краткое содержание дисциплины:

1 СЕМЕСТР

1. Введение.

Предмет и методы математики. Описание основных разделов курса. Правила и требования при изучении курса.

2. Элементы алгебры.

Числовые множества, комплексные числа. Определители II и III порядков. Векторы: основные понятия, скалярное, векторное и смешанное произведения векторов. Аналитическая геометрия: прямая на плоскости, кривые II порядка. Матрицы: действия над матрицами, приведение к ступенчатому виду и виду Гаусса. Ранг матрицы. Обратная матрица. Теорема Кронекера-Капелли. Решение систем линейных алгебраических уравнений. Собственные числа и векторы. Квадратичные формы.

3. Функция одной переменной. Предел функции. Непрерывность функции.

Функция. Способы задания функции. Предел функции в точке. Односторонние пределы. Пределы на бесконечности. Бесконечно малые и бесконечно большие функции, их свойства и взаимная связь. Свойства пределов. Первый и второй замечательные пределы. Непрерывность функции в точке и на промежутке. Свойства функций, непрерывных на отрезках. Точки разрыва функции и их классификация.

4. Дифференциальное исчисление функции одной переменной.

Производная функции, ее геометрический и механический смысл. Правила дифференцирования. Таблица основных производных. Дифференциал функции, его применения к приближенным вычислениям. Инвариантность формы первого дифференциала. Производная сложной функции. Дифференцируемость функции: определение, теоремы о связи

дифференцируемости с непрерывностью и с существованием производной. Основные теоремы дифференциального исчисления: Ролля, Лагранжа, Коши. Правило Лопиталя (раскрытие неопределенностей). Производные высших порядков. Локальный экстремум функции. Необходимые и достаточные условия экстремума. Правило исследования функции на монотонность и экстремум. Признаки выпуклости и вогнутости функции. Точки перегиба. Необходимое и достаточное условия перегиба. Асимптоты функции, их виды и способы нахождения. Общая схема исследования функций, построение их графиков.

5. Интегральное исчисление функции одной переменной.

Первообразная функция. Неопределенный интеграл и его свойства. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования: непосредственное интегрирование, интегрирование подстановкой, интегрирование по частям. Интегрирование рациональных дробей. Интегрирование некоторых иррациональных и тригонометрических функций. Определенный интеграл, его геометрический смысл. Свойства определенного интеграла. Формула Ньютона-Лейбница. Теорема о среднем значении. Замена переменной и интегрирование по частям в определенном интеграле. Приложения определенного интеграла к вычислению площадей плоских фигур. Понятие несобственных интегралов: определения, свойства, методы вычисления.

2 СЕМЕСТР

1.Дифференциальное исчисление функции нескольких переменных. Элементы теории поля.

Функции двух и более переменных: определение, область определения, область изменения, геометрическая интерпретация, линии уровня. Предел функции в точке. Частные производные (на примере функции двух переменных). Дифференцируемость функции нескольких переменных. Достаточные условия дифференцируемости. Полная производная. Производная сложной функции. Полный дифференциал. Инвариантность полного дифференциала. Аналитический признак полного дифференциала. Дифференцирование функции одной и двух переменных, заданной неявно. Частные производные и полные дифференциалы высших порядков. Теорема о равенстве смешанных производных (для функции двух переменных). Локальные экстремумы функции двух переменных: необходимое и достаточное условия экстремума. Условный экстремум (метод множителей Лагранжа). Наибольшее и наименьшее значение функции в замкнутой области. Основные понятия теории поля. Скалярное поле. Поверхности и линии уровня. Производная по направлению. Градиент скалярного поля и его свойства. Векторное поле. Дивергенция поля. Ротор поля. Связь между градиентом и производной по направлению.

2. Кратные интегралы.

Двойной интеграл: определение, геометрический смысл, свойства. Вычисление двойного интеграла в декартовой и полярной системах координат Интеграл Пуассона. Тройной интеграл: определение, геометрический смысл, свойства. Вычисление тройного интеграла. Приложения двойного и тройного интегралов.

3. Криволинейные и поверхностные интегралы.

Криволинейный интеграл по координатам: определение, свойства, вычисление. Работа в силовом поле. Формула Грина. Криволинейные интегралы, не зависящие от пути интегрирования. Потенциальная функция, потенциальное поле. Понятие поверхностного интеграла. Поток вектора через поверхность. Теорема Гаусса-Остроградского. Формула Стокса.

3 СЕМЕСТР

1. Дифференциальные уравнения первого порядка.

Дифференциальные уравнения: порядок, решение, теорема существования и единственности решения. Задача Коши. Уравнения с разделяющимися переменными. Однородные дифференциальные уравнения. Линейные дифференциальные уравнения первого порядка. Уравнения в полных дифференциалах. Интегрирующий множитель.

2. Дифференциальные уравнения второго и n-го порядка.

Дифференциальные уравнения второго порядка, допускающие понижение порядка. Линейные дифференциальные уравнения второго порядка. Свойства решений. Линейная независимость функций. Определитель Вронского. Структура общего решения линейного

дифференциальные уравнения второго порядка. Фундаментальная система решений. Линейные однородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами: построение общего решения. Метод Эйлера. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами. Общее и частное решения неоднородных уравнений. Линейные дифференциальные уравнения *n*-го порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Линейные дифференциальные уравнения *n*-го порядка с постоянными коэффициентами. Алгоритм построения общего решения.

3. Системы дифференциальных уравнений.

Системы дифференциальных уравнений первого порядка: общие понятия, теорема существования и единственности общего решения. Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка: интегрирование методом исключения. Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Системы линейных однородных и неоднородных дифференциальных уравнений с постоянными коэффициентами. Элементы теории устойчивости. Методы численного решения дифференциальных уравнений.

4. Числовые и функциональные ряды.

Числовые ряды: основные понятия, свойства сходящихся рядов, необходимый признак сходимости. Гармонический ряд. Ряды Дирихле. Признаки сравнения рядов с положительными членами. Признак Даламбера. Интегральный и радикальный признаки Коши. Знакочередующиеся ряды: признак Лейбница. Знакопеременные ряды: понятия абсолютной и условной сходимости, признак абсолютной сходимости, свойства абсолютно и условно сходящихся рядов.

Функциональные ряды: основные понятия, область сходимости. Степенные ряды: радиус, интервал, область сходимости. Свойства степенных рядов. Ряды Тейлора и Маклорена: свойства, условие сходимости ряда к исходной функции, основные разложения. Разложение функции в ряд Маклорена с помощью основных разложений. Главное значение функции. Эквивалентные функции. Применение рядов Тейлора и Маклорена для вычисления пределов.

5. Заключение.

Использование математических методов в практической деятельности.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**14**	**504**
Аудиторные занятия:	**1,34**	**48**
Лекции (Лек)	0,67	24
Практические занятия (ПЗ)	0,67	24
Самостоятельная работа (СР):	**12,19**	**439**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	12,19	439
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,47**	**Экзамен (9) Зачет с оценкой (4) Зачет (4)**

Продолжение таблицы

В том числе по семестрам		
1 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**6**	**216**
Аудиторные занятия:	**0,5**	**18**
Лекции (Лек)	0,25	9
Практические занятия (ПЗ)	0,25	9
Самостоятельная работа (СР):	**5,25**	**189**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	5,25	189
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,5**	**18**
Лекции (Лек)	0,25	9
Практические занятия (ПЗ)	0,25	9
Самостоятельная работа (СР):	**4,39**	**158**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,39	158
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет с оценкой (4)**
3 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции (Лек)	0,17	6
Практические занятия (ПЗ)	0,16	6
Самостоятельная работа (СР):	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Информатика» (Б1.Б.12)

1. Цель дисциплины – приобретение базовых знаний о современных информационных технологиях, а также умений и практических навыков в области информатики, используемых при решении научных и практических вычислительных задач студентами всех специальностей.

Задачи дисциплины - изучение методов хранения, обработки и передачи информации с использованием персональных компьютеров, локальных и глобальных сетей; изучение численных методов решения простейших задач математического описания химико-технологических процессов; привитие навыков алгоритмизации и программирования с использованием стандартных пакетов прикладных программ при решении простейших вычислительных задач.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).
- владеть 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 (ОПК-5).

Знать:

- свойства информации, способы ее хранения и обработки;
- структуру, принципы работы и основные возможности ЭВМ;
- топологию и архитектуру вычислительных сетей;
- принципы адресации пользователей, компьютеров и ресурсов в сети Интернет;
- различать и расшифровывать IP – адрес, доменное имя компьютера;
- а также владеть навыками самостоятельного решения задач на компьютере, включающие постановку задачи, разработку алгоритма и оценку его эффективности;
- структуру, принципы работы и основные возможности ЭВМ;
- основные типы алгоритмов, языки программирования;
- стандартные программные обеспечения своей профессиональной деятельности;
- алгоритмы решения нелинейных уравнений;
- алгоритмы одномерной оптимизации;

Уметь:

- писать и отлаживать программы на VBA по разработанным алгоритмам;
- применять методы математической статистики для решения конкретных задач;
- использовать пакеты прикладных программ при дальнейшем обучении и практической деятельности.

Владеть:

- навыками самостоятельного решения задач на компьютере, включающие постановку задачи, разработку алгоритма и оценку его эффективности методами математической статистики для обработки эксперимента;
- методами реализации алгоритмов на компьютерах.

3. **Краткое содержание дисциплины:**

3.1. Архитектура компьютеров и компьютерных сетей:

– история развития вычислительной техники и персональных компьютеров. Краткая история развития вычислительной техники и персональных компьютеров (ПК). Вычислительная машина Фон-Неймана и машина Тьюринга. Разработки Норберта Винера;

– архитектура ПК, аппаратные средства ПК. Используемые системы счисления, элементы математической логики. Общее представление о ПК и их возможностях. Функциональная схема ПК, магистрально-модульный принцип построения ПК. Аппаратные средства ПК: микропроцессор, оперативная и кэш память, внешняя память, шины адреса, команд и данных, тактовый генератор. Принцип открытой архитектуры: системная шина, разрядность. Периферийные устройства ПК: клавиатура, мышь, монитор, принтер и др. Особенности представления данных на машинном уровне. Преимущества цифрового представления информации перед аналоговым представлением: высокое качество записи и отображения информации, простота и надежность дублирования (копирования) информации без потери качества. Системы счисления (десятичная, двоичная, восьмеричная, шестнадцатеричная), правила перевода из одной системы в другую. Элементы математической логики: понятия формальной логики, основные логические операции и формулы, логические основы работы ПК;

– компьютерные сети: топологии сетей, их характеристики. Компьютерная сеть - совокупность компьютеров и различных устройств, обеспечивающих информационный обмен между компьютерами в сети без использования каких-либо промежуточных носителей информации. Топологии сетей: звездная, шинная, кольцевая. Сети закрытого типа: локальные и распределенные сети, корпоративные сети. Программно-техническое обеспечение: адаптер, который управляется специальной программой драйвером; операционная система, управляющая компьютером, предоставляющим ресурсы; протоколы - особые языки, на которых обмениваются информацией компьютеры в сети (TCP, TCP/IP, UDP). Глобальные сети различного масштаба (WAN –Wide Area Net, MS Network и Internet). Возможности сети Интернет. Электронная почта.

Доступ к информационным ресурсам. Система телеконференций. Адресация и протоколы в Интернет;

– мультимедиа – диалоговая компьютерная система, обеспечивающая синтез текста, графики, звука, речи и видео. Устройства мультимедиа. Требования к мультимедийным средствам компьютеров. Расширенные возможности обработки, преобразования, синтеза информации (компьютерная анимация, модификация изображений, трехмерная графика). Мультимедийные программы. Программы редактирования, монтажа звука и видео. Видео-редакторы, модули спецэффектов, монтажные студии. Электронные презентации (основные возможности MS PowerPoint), этапы создания презентаций, структура презентаций и особенности работы с редактором.

3.2. Программное обеспечение:

- структура операционных систем, пакеты прикладных программ, Microsoft Office. Классификация программных средств. Системное и прикладное программное обеспечение ПК. Обзор операционных систем (ОС). Принципы создания и состав ОС: ядро, интерфейс, драйверы. Краткая характеристика WINDOWS, модульный принцип построения. Среда WINDOWS: окна, их элементы, работа в многооконном режиме. Работа с объектами WINDOWS. Ярлыки и работа с ними. Папки: создание, переименование; копирование и перемещение объектов (папок и ярлыков), удаление объектов. Корзина и ее назначение. Настройки WINDOWS: дата и время, настройка мыши, экрана. Элементы технического сервиса ПК: установка операционной системы, создание индивидуальной операционной среды пользователя, поддержка целостности информации, расширение и модернизация конфигурации аппаратных и программных средств
- Текстовый редактор WORD, редакторы математических и химических формул. Основы использования программ общего назначения (краткий обзор) на примерах текстового редактора WORD, редакторов математических и химических формул. Особенности текстового редактора WORD. Ввод и редактирование текста. Копирование и перемещение объектов, работа с таблицами. Выбор вида, размера шрифта, форматирование символов и абзацев. Копирование формата. Особенности создания ссылок, оглавлений. Создание документов различных форм (стандартных и нестандартных). Использование редактора математических формул в текстовых документах. Редактор химических формул, назначение и особенности работы. Копирование химических формул в текстовые документы.
- Система управления базами данных ACCESS: создание пользовательских СУБД, формирование запросов, отчетов и форм. Информационные системы. Системы управления банками и базами данных. Реляционная модель данных. Структура записи, методы доступа к информации. Обмен данными с другими приложениями WINDOWS: текстовыми редакторами и электронными таблицами. Реляционная база данных ACCESS. Главное окно, меню команд, панель инструментов. Создание и открытие базы данных. Ввод и редактирование данных в режиме таблицы и режиме конструктора. Формирование запросов. Запросы простые и многотабличные, запросы с условиями. Создание отчетов и форм. Технология реализации простейших задач средствами СУБД ACCESS.
- Решение вычислительных задач с использованием EXCEL: обработка таблиц, построение графиков и диаграмм, вычисление матричных выражений. Назначение электронных таблиц (MS EXCEL). Особенности табличного процессора EXCEL и использование его для решения информационных и инженерных задач. Техника работы с EXCEL. Окно EXCEL. Абсолютная и относительная адресация. Выделение ячеек, перемещение по рабочему листу. Расчет по формулам. Копирование формул. Построение графиков. Расчет функциональных зависимостей и построение графических изображений с использованием стандартных функций EXCEL и мастера функций. Построение поверхностей с использованием мастера диаграмм. Работа с таблицами. Форматирование, оформление таблиц. Числовые и пользовательские

форматы. Сводные таблицы. Построение диаграмм. Разработка и реализация простейших алгоритмов с использованием возможностей EXCEL (нахождение максимального (минимального) элемента вектора и матрицы, нахождение суммы элементов вектора и матрицы, вычисление матричных выражений).

3.3. Алгоритмы и основы программирования:

- Алгоритмы, типы алгоритмов. Понятие алгоритма и его свойства. Способы записи алгоритмов. Модульный принцип построения алгоритмов и программ.
- Характеристики языков программирования. Основные структуры и принципы структурного программирования иллюстрация. Структурное программирование, его особенности. Технология объектно-ориентированного программирования; свойства языков: наследование, инкапсуляция, полиморфизм. Понятия языков: классы и объекты. Эволюция и классификация языков программирования. Понятия трансляции, компиляции, интерпретации, их различия. Базовые алгоритмические конструкции (следование, ветвление, повторение), примеры их реализации. Основные конструкции языков программирования. Языки программирования высокого уровня.
- Вычислительные алгоритмы и программные реализации на VBA для обработки информации Процесс решения задач на компьютерах. Программирование на языке VBA: основные операторы языка, процедуры и функции. Разработка и реализация простейших алгоритмов обработки информации (решение задач с одномерным и многомерным объемом информации). Численные методы анализа одного нелинейного уравнения: поиск корней, решение задачи одномерной оптимизации (нахождение точек максимума и минимума функции). Методы статистической обработки результатов измерений одной величины: вычисление точечных (среднего, дисперсии, стандарта) и интервальных оценок случайной величины.

3.4. Защита информации:

Алгоритмы защиты информации: методы защиты, компьютерные вирусы и борьба с ними. Понятие безопасности компьютерной информации: надежность компьютера, сохранность данных, защита от внесения изменений неуполномоченными лицами, сохранение тайны переписки в электронной сети. Методы реализации защиты информации: программные, аппаратные, организационные. История возникновения вирусов и антивирусов. Способы заражения, защиты и борьбы с вирусами. Особенности работы алгоритмов вирусов: резидентность, полиморфичность и самошифрование. Компьютерные вирусы, их специфика и антивирусные программы (Касперский, Dr. Web, Avast, AVG). Способы шифрования и передачи информации на дальние расстояния. Открытый и закрытый ключи шифрования. Дефрагментация диска.

4. Объем дисциплины и виды учебной нагрузки

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	-	-
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,33	12
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Статистика» (Б1.Б.13)

1. Цель дисциплины – является обеспечение студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- основные статистические категории, понятия и термины;
- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;

Уметь:

- оперировать абстрактными статистическими понятиями;
- представлять данные для статистической обработки;
- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;

Владеть:

- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

3. Краткое содержание дисциплины

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и трактование общественно-значимой и экономической информации. История статистики. Теоретические основы статистики как науки. Предмет, методы и задачи статистики. Современная организация статистики. Источники статистической информации. Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных.

Модуль 1. Описательная статистика.

1.1. Абсолютные и относительные величины. Относительные величины одноименных статистических показателей в экономике. Относительные величины динамики. Цепные и базисные темпы роста. Относительные величины структуры, координации и наглядности. Относительные величины разноименных статистических показателей в экономике. Относительная величина интенсивности.

1.2. Категории средних. Степенные средние: средняя арифметическая, геометрическая, гармоническая и квадратическая. Структурные средние: мода, медиана.

1.3. Показатели вариации и способы их вычисления. Размах (амплитуда) колебаний. Среднее линейное и квадратическое отклонение. Относительные показатели вариации, коэффициент вариации. Дисперсия. Общая, межгрупповая и внутригрупповая дисперсия. Правило сложений дисперсий. Вариации альтернативного признака.

1.4. Показатели формы распределения. Ряды распределения. Построение дискретного ряда распределения. Полигон частот. Показатели асимметрии, эксцесса. Построение интервального ряда распределения. Гистограмма, полигон и кумулята.

1.5. Анализ рядов динамики. Понятие ряда динамики, его элементы. Виды рядов динамики. Проблема сопоставимости уровней ряда динамики. Индивидуальные показатели ряда динамики. Средние характеристики ряда динамики. Анализ закономерностей изменения уровней ряда динамики. Выравнивание ряда динамики. Методы механического выравнивания. Аналитическое выравнивание динамических рядов. Анализ сезонных колебаний. Статистические методы прогнозирования.

1.6. Использование Excel в описательной статистике. Функции Excel, используемые при расчете показателей положения, разброса, асимметрии, эксцесса. Технология работы в режиме «Описательная статистика», «Гистограмма», «Выборка».

Модуль 2. Аналитическая статистика.

2.1. Теоретические распределения в анализе вариационных рядов. Общие сведения о математическом моделировании. Моделирование эмпирического ряда распределения. Нормальный закон распределения. Расчет теоретических частот нормального распределения.

2.2. Выборочное наблюдение. Генеральная и выборочная совокупность. Выборочное наблюдение. Ошибка выборочного наблюдения. Уточнение формулы средней ошибки выборки. Способы формирования выборочной совокупности. Индивидуальный, групповой и комбинированный отбор. Повторный и бесповторный отбор. Собственно-случайная, механическая, типическая, серийная и комбинированная выборка. Определение необходимого объема выборки. Малая выборка. Распределение Стьюдента. Проверка гипотезы о значимости модели. Нелинейная парная регрессия. Нелинейные модели парной регрессии и преобразование переменных.

4. Объём учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социально-экономическая статистика» (Б1.Б.14)

1. Цель дисциплины – является обеспечение студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- 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 (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- основные статистические категории, понятия и термины;
- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;
- основные составляющие и категории социально-экономической статистики;

Уметь:

- оперировать абстрактными статистическими понятиями;
- представлять данные для статистической обработки;
- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;

Владеть:

-статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

3. Краткое содержание дисциплины

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и трактование общественно-значимой социально-экономической информации. Предмет, методы и задачи социально-экономической статистики. Источники социально-экономической статистической информации. Основные сведения из описательной статистики. Законы распределения случайной величины.

Модуль 1. Социально-экономическая статистика

1.1. Экономические индексы. Классификация экономических индексов. Индивидуальные и агрегатные индексы цен, физического объема продукции, товарооборота, себестоимости, производительности труда. Средние индексы. Системы индексов. Индексы постоянного и переменного состава. Территориальные индексы.

1.2. Статистика населения. Основные задачи статистики населения. Определение численности населения и его плотности. Основные группировки населения. Показатели естественного движения населения. Показатели миграции населения. Расчет перспективной численности населения. Индекс стоимости жизни.

1.3. Статистика общественного продукта. Задачи статистики продукции. Стадии готовности продукции. Система показателей объема продукции промышленного предприятия. Оценка динамики ассортимента, качества и себестоимости продукции предприятия.

1.4. Статистика национального богатства. Понятие национального богатства. Классификация активов национального богатства. Статистика основных производственных фондов. Амортизация основных фондов. Балансы основных фондов. Показатели движения, состояния и использования основных фондов.

1.5 Система национальных счетов. Понятие, содержание и общие принципы построения СНС. Группировки и классификации в системе национальных счетов. Система макроэкономических показателей и методы их определения. Методология построения и анализа сводных счетов системы.

1.6 Статистика финансов. Статистика государственных финансов и налогов Система статистических показателей финансовой деятельности предприятий. Статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен.

Модуль 2. Математические модели в экономике.

2.1. Общие сведения о математическом моделировании. Классы моделей. Этапы построения математической модели. Системы уравнений математического описания. Виды математических моделей, предназначенных для моделирования социально-экономических процессов. Примеры математических моделей в экономике. Математическая модель трехсекторной экономики.

2.2. Математические модели задач линейного программирования в экономике. Задача использования ресурсов (сырья). Система уравнений математического описания, целевая функция, ограничения. Графическое решение задачи.

4. Объём учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» (Б1.Б.15)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов базовыми знаниями по основным составляющим процесса управления, техническими и программными средствами, современными информационными технологиями, использующимися для информационного обеспечения управленческой деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- основные технологии хранения и обработки данных;
- информационные технологии, используемые для решения задач управления;
- функциональную архитектуру, возможности и стандарты корпоративной информационной системы «1С: Предприятие 8»;
- методы организации обмена данными между информационными системами с использованием специальных драйверов;
- правила организации поддержки пользователей;
- функции и основные обязанности администратора информационных *Уметь:*
- анализировать архитектуру информационных систем для конкретных задач;
- использовать модели данных для разработки архитектуры информационной системы;
- работать с программными средствами общего назначения.

Владеть:

- методами поиска и обмена информацией в глобальных и локальных компьютерных сетях;
- основными принципами создания и хранения архивных копий данных.

3. Краткое содержание дисциплины:

Введение. Предмет и методы дисциплины «Информационные технологии в менеджменте». Описание основных разделов курса. Структура курса и правила рейтинговой системы.

Модуль 1. Информационные технологии и их роль в управление предприятием.

1.1 Роль информации в управлении предприятием. Данные. Информация. Информационная система. Экономическая информация.

1.2 Технологии создания, хранения, обработки и передачи данных. Информационные технологии. Сбор данных, информации и знаний. Data Mining. Хранилища данных. Информационный поиск. Передача данных. Вычислительные сети. Глобальные и локальные компьютерные сети.

1.3 Применение информационных технологий для решения управленческих задач. Информационные технологии управления организацией. Классификация управленческих задач. Технологические функционалы управления.

Модуль 2. Администрирование корпоративных информационных систем.

2.1 Обеспечение безопасности информационных систем. Защита информации. Система защита информации. Компьютерный вирус. Защита программного обеспечения. Организации

локальной компьютерной сети, создание сетевого соединения, настройки сетевых протоколов и служб

2.2 Обеспечение совместной работы пользователей в информационных системах. Транзакция. Параллельная работа пользователей в информационной системе. Блокировки данных в информационных системах. Администрирование информационных систем.

2.3 Обеспечение работоспособности систем и целостности данных. Резервное копирование базы данных. Основные принципы восстановление данных. Журнал транзакций.

2.4 Работа администратора на этапах создания и функционирования информационных систем. Единая политика изменений в информационных системах. Архивирование данных. Мониторинг пользовательской активности.

Модуль 3. Информационная система «1С: Предприятие 8».

3.1 Основные функционалы информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8». Базовая концепция и основные компоненты. Назначение и основные понятия: понятие платформы, прикладного решения, внедрений и информационной базы; общий обзор типов прикладных решений. Основы работы в конфигурации: запуск и настройка конфигуратора, основные инструменты разработчика. Метаданные. Модель SaaS.

3.2 Типовые прикладные решения на платформе «1С: Предприятие 8». Отраслевые решения на платформе «1С: Предприятие 8». Внедрение типовых прикладных решений фирмы «1С». Основы встроенного языка 1С. Программные модули: модули форм, объектов, общие модули, модули приложения, сеанса и внешнего соединения; типы данных, процедуры и функции; управляющие операторы, синтакс-помощник.

3.3 Подсистема «Торговля» типового решения «1С: Управление производственным предприятием». Типы отпускных цен. Выполнение заказов покупателя. Поступление товаров и услуг. Отчет о продажах за период.

3.4 Подсистема «Поставки и запасы» типового решения «1С: Управление производственным предприятием 8». Прикладные решения. Инвентаризация.

3.5 Подсистема «Основные средства» типового решения «1С: Управление производственным предприятием 8». Учет основных средств предприятия. Расчет амортизации основных данных. Виды условия проведения ремонта.

3.6 Примеры внедрения информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8». Пример внедрения информационной системы на платформе «1С: Предприятие 8» на российском рынке.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	0,22	8
Самостоятельная работа:	**3,45**	**124**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,45	124
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента» (Б1.Б.16)

1. Цель дисциплины – формирование системы знаний и умений в области управления. Данный курс дает будущим специалистам базу для решения актуальных задач в области общего менеджмента организаций, методов принятия управленческих решений и осуществления лидерских функций.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).

Знать:

- основы управления предприятием,
- функции менеджмента,
- виды организационных структур,
- принципы управления персоналом,
- основы принятия управленческих решений,
- виды стратегий развития деятельности предприятия.

Уметь:

- обеспечить комплексный подход в рассмотрении отдельных экономических и профессиональных проблем,
- находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,
- применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия.

Владеть:

- методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка,
- методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе формирования коллектива и управления им.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Современные концепции менеджмента.

Теоретические основы менеджмента. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Менеджмент как наука и практика управления. Цели менеджмента. Функции менеджмента, их взаимосвязь. Виды менеджмента. Особенности современного менеджмента. Процесс управленческого труда в организации.

Эволюция теории и практики управления как основа развития современного менеджмента. Историческая последовательность в развитии теории и практики управления. Основные школы и научные подходы к управлению.

Организация как система. Эффективность организации. Общие характеристики организации. Современная классификация ресурсов организации. Пути повышения эффективности организации. Взаимодействие организация – среда. Среда прямого и косвенного воздействия. Факторы внешней среды. Роль внешней среды в современных условиях России. Внутренняя среда организации.

Модуль 2. Основные функции менеджмента.

Планирование в менеджменте. Сущность и задачи планирования. Виды планирования. Необходимость и сущность стратегического планирования, процесс стратегического планирования. Определение миссии организации. Факторы и критерии выбора миссии. Выбор

целей, их конкретность, измеримость достижимость и временная определенность. Понятие «дерева целей». Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Реализация стратегии – выбор тактики и политики, разработка процедур, правил, бюджетов.

Структура управления организацией. Формальные и неформальные организации. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Необходимость разработки организационной структуры. Принципы построения. Типы организационных структур. Необходимость координации деятельности подразделений. Централизация и децентрализация. Показатели и факторы, определяющие степень децентрализации. Сравнительная характеристика централизованных и децентрализованных систем управления. Необходимость и сущность делегирования. Понятие ответственности и полномочий. Проблемы осуществления делегирования с точки зрения руководителя и подчиненного.

Мотивация и потребности. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации. Потребности как основа мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Место мотивации в различных системах управления (США, Япония). Материальное и моральное поощрение.

Коммуникационные процессы в менеджменте. Коммуникации, основные элементы. Модель коммуникационного процесса. Обратная связь и помехи. Факторы, влияющие на процесс коммуникаций. Виды коммуникаций, их влияние на эффективность управленческой деятельности. Совершенствование организационных коммуникаций.

Принятие и реализация управленческих решений. Процесс принятия управленческих решений и его сущность. Классификация управленческих решений. Подходы к принятию решений. Этапы принятия решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Состояние среды принятия решения. Значение информации при принятии решений. Особенности методов коллективного решения проблем.

Контроль. Сущность контроля и его роль в менеджменте. Принципы контроля. Воздействие на психологический климат в коллективе. Виды контроля. Специфика каждого вида применительно к отдельным группам ресурсов. Процесс контроля, его этапы. Эффективный контроль. Экономичность контроля.

Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.

Менеджер и специфика его деятельности. Отличительные особенности понятий "менеджер", "предприниматель", "бизнесмен". Требования, предъявляемые к менеджерам.

Функции и обязанности менеджера. Менеджеры высшего, среднего и низшего звена. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Влияние и власть. Формы власти. Стили руководства и типы руководителей. Управленческая решетка и классификация стилей руководства. Теории «Х» и «У». Связь стиля руководства и ситуации. Эффективность деятельности менеджера.

Психологический климат в коллективе. Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации. Сущность и стадии развития конфликта. Функциональный конфликты. Дисфункциональные конфликты и их разрушительно действие. Типы конфликтов. Условия возникновения конфликтов. Межличностные стили разрешения конфликтов. Структурные методы разрешения конфликтов.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг» (Б1.Б.17)

1. Цель дисциплины – сформировать у студентов понимание сущности, принципов и инструментов маркетинга, нацеленных на укрепление рыночных позиций компании и достижение коммерческих результатов. Особое внимание уделяется изучению теории и практики организации маркетинговой работы предприятий. Данный курс закладывает основы для последующего, более глубокого, изучения отдельных направлений маркетинга, включая рыночный анализ, развитие товарных, сбытовых и коммуникационных стратегий и инструментов.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- современные тенденции развития маркетинга;
- основные принципы и функции маркетинга на предприятии;
- особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия;
- коммуникационную политику предприятия;
- особенности организации маркетинга на предприятии.

Уметь:

- выявлять требования потребителей товара;
- оценивать рыночную ситуацию;
- определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка;

Владеть:

- навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке;
- навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Ключевые понятия теории и практики маркетинга.

Понятие и сущность маркетинга. Сущность категорий: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, сделка. Условия функционирования рынка. Рынок продавца и рынок покупателя. Эволюция развития маркетинга. Сущность маркетинга как новой функции предприятия по связи с рынком. Принципы и цели маркетинга. Функции маркетинга (аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля). Понятие концепции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Комплекс маркетинга. Особенности становления и развития маркетинга в российском предпринимательстве. Маркетинг и общество.

Маркетинговая среда. Понятие маркетинговой среды. Внешняя среда предприятия и ее элементы. Основные факторы макро- и микросреды.

Система маркетинговых исследований. Основные направления исследований в маркетинге. Цели и объекты исследований. Проведение маркетинговых исследований с целью определения конкурентных возможностей фирмы, осуществляющей свою деятельность на рынке. Классификация видов информации. Источники информации. Вторичная и первичная

информация, их достоинства и недостатки. Полевые и кабинетные исследования. Определение цели сбора информации, выработка концепции. Методы сбора данных, организация и проведение сбора данных, обработка материалов. Интерпретация результатов. Тестирование концепции продукта, упаковки, названия товара и цены. Виды тестирования. Виды и формы опроса. Критерии оценки опроса. Организация и проведение фокус-групп, почтового, телефонного, личного опроса.

Конъюнктурный анализ рынка. Виды и характеристика состояний спроса. Виды маркетинга. Понятие товарных рынков. Классификация и характеристика рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Емкость рынка, ее расчет.

Покупательское поведение. Изучение потребителей. Потребительский рынок и модель покупательского поведения. Социальные, психологические, культурные и личностные факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Этапы жизненного цикла семьи. Мотивационный анализ. Виды потребителей, их характеристика. Покупатели от организаций. Консьюмеризм.

Конкурентное положение предприятия. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Виды конкуренции. Ценовые и неценовые методы конкуренции. Современные тенденции конкурентной борьбы на мировых рынках. Конкурентное положение предприятия.

Модуль 2. Инструменты маркетинга

Сегментация рынка: цели и задачи. Принципы сегментирования. Критерии сегментации потребительского рынка и рынка предприятий. Понятие целевого рынка. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Выбор целевых сегментов. Позиционирование товаров. Пути позиционирования товара на рынке. Методика позиционирования товара.

Товарная политика. Место и роль товарной политики в системе маркетинга. Понятие товара. Три уровня рассмотрения товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие товарной марки. Основные решения по использованию товарной марки. Развитие брендов. Упаковка товара. Основные и дополнительные функции. Сервисное обслуживание. Товарный ассортимент. Стратегия и этапы разработки нового товара. ЖЦТ. Стандартизация и сертификация товара. Качество и конкурентоспособность товара.

Ценовая политика предприятия. Цена и ее роль в комплексе маркетинга. Потребительская ценность и цена. Цели ценовой политики. Влияние рынка на ценообразование. Методы и стратегии ценообразования. Установление цен на новые товары. Демпинг.

Политика распределения. Место и роль политики распределения в системе маркетинга. Понятие канала распределения. Современные тенденции развития каналов распределения. Экономическая роль посредников. Каналы нулевого уровня. Структурная схема традиционного канала распределения и вертикальной маркетинговой системы, принципиальные различия. Факторы выбора торгового посредника. Интенсивное, выборочное и эксклюзивное распределение. Оптовая и розничная торговля.

Продвижение товаров на рынок. Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, личные продажи, методы стимулирования сбыта. Функции продвижения. Реклама, ее виды. Разработка рекламной кампании. Методы исчисления бюджета на продвижение. Оценка эффективности рекламой деятельности. Составляющие личной продажи. Основные этапы процесса эффективной продажи. Инструментарий стимулирования сбыта. Инструменты маркетинговых коммуникаций в информационную эпоху. Интернет-маркетинг. Роль социальных сетей.

Модуль 3. Стратегический маркетинг. Применение маркетинга.

Стратегия и тактика маркетинга. Понятие стратегии маркетинга как способа долгосрочного действия предприятия на рынке. Принципы формирования системы целей предприятия. Понятие стратегической модели. Ситуационный анализ. Матрица возможностей по товарам и рынкам. Стратегическая модель Портера. Понятие тактики маркетинга.

Управление маркетингом. Понятие управление маркетингом. Система маркетинга предприятия: понятие, принципы построения, структура. Факторы комплексного подхода к

функционированию маркетинга на предприятии. Типы организационных структур: характеристика, преимущества и недостатки. Типы и система планов маркетинга. Финансовое обеспечение маркетинговой деятельности. Контроль в маркетинге.

Международный маркетинг. Понятие и сущность международного маркетинга. Выбор стратегии и разработка плана выхода на международный рынок.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономическая теория и институциональная экономика» (Б1.Б.18)

1.Цель дисциплины – обеспечение теоретической базы профессиональной подготовки бакалавра в области экономических наук на основе изучения основных понятий и концепций экономической теории и институциональной экономики, текущих тенденций развития экономического анализа.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

Знать:

- основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики;
- основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества;
- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран.

Уметь:

- проводить анализ рынка, используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;

- использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.

Владеть:

- методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике;
- методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики;
- навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику.

Предмет и метод экономической теории и институциональной экономики. Экономические законы и принципы. Этапы, направления и школы в экономической теории. Современные направления и школы экономической теории. Понятие институт. Виды институтов: мягкий институт, жесткий институт. Формальные и неформальные институты. Институт как правило, игры в обществе. Основные черты институтов. Функции институтов. Институт и организация. Соотношение институтов и организаций. Типы организаций. Неинституционализированная деятельность. Структура института: нормы (правила). Виды норм: совместная стратегия, норма, правило.

Экономические потребности, блага и ресурсы. Потребности и ресурсы. Общественное производство и экономические отношения. Кругооборот благ и доходов. Производственные возможности общества и экономический выбор. Кривая производственных возможностей. Закон убывающей предельной полезности.

Экономические системы и их сущность. Типы и модели экономических систем. Элемент экономической системы. Традиционная экономическая система. Экономические агенты, собственность и экономические интересы. Собственность: формы и пути их преобразования. Понятие институциональная среда. Структура институциональной среды: надконституционные, конституционные, экономические правила. Институциональные соглашения. Взаимовлияние институциональных соглашений, институциональной среды и индивидов.

Модуль 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики.

Основы теории спроса и предложения. Сущность и условия возникновения рынка. Виды рынков и их структура. Функции рынка. Товар и его свойства. Закон спроса и закон предложения. Равновесие спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения под воздействием государственного вмешательства. Эластичность спроса и предложения. Излишек потребителя и производителя

Теория поведения потребителя. Закон убывающей предельной полезности. Понятие производственной функции. Изокванта и ее свойства. Изокоста и ее сочетание с изоквантой в поиске оптимума производителя.

Основы теории производства. Производство и производственная функция. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи факторов производства. Производство в долгосрочном периоде. Замещение факторов производства. Типы производственных функций. Изменение размеров производства и эффект масштаба. Производство и технический прогресс.

Издержки производства. Экономические издержки производства, их структура и виды. Анализ динамики издержек производства в связи с изменением объема выпуска и масштаба производства. Определение эффективного способа производства. Равновесие производителя.

Теории фирмы. Теория контрактов. Стихийный и планомерный порядок. Природа фирмы. Общие, специфические и интерспецифические ресурсы. Сущность и основные виды контрактов. Понятие фирмы как организационной формы предпринимательства и участника микроэкономических рынков. Микроэкономическая мотивация поведения фирмы. Фирмы как

организаторы. Плюсы и минусы масштабов деятельности фирмы. Неопределенность внешней и внутренней среды фирмы. Виды отраслевых и межотраслевых объединений предприятий. Концентрация, диверсификация и централизация производства.

Рынок совершенной конкуренции. Понятие рыночной структуры: определяющие признаки и типология. Конкуренция и конкурентное поведение фирм. Производственный выбор совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Производственный выбор совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде. Предложение совершенно конкурентной отрасли. Эффективность совершенно конкурентного рынка.

Абсолютная монополия. Рыночная монополия: источники и виды. Понятие монополии, характерные черты монополии, виды монополии: простая, чистая и естественная монополия. Издержки, цены, доход, предложение и спрос в условиях чистой монополии. Правила максимизации прибыли и минимизации убытков чистым монополистом. Ценовая дискриминация. Общественные издержки монопольной власти. Х-неэффективность. Индекс монопольной власти А.П. Лернера. Индекс Герфиндаля - Хиршмана. Виды монополии в российской экономике.

Несовершенная конкуренция. Сущность и элементы монополистической конкуренции. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции. Особенности равновесия в долгосрочном периоде для монополистической конкуренции .Понятие и основные черты олигополии. Виды олигополии. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях олигополии. Дуополия Курно. Модель ломаной кривой спроса. Модель тайного ценового соглашения. Модель ценового лидерства. Модель цены «издержки плюс». Олигополия и экономическая эффективность отраслевого рынка.

Теория игр как метод моделирования взаимодействий. Базовые модели теории игр. Решение игры. Типы равновесий: равновесие доминирующих стратегий, равновесие по Нэшу, равновесие по Штакельбергу, равновесие по Парето. Кооперативные и некооперативные игры. Игры с природой. Конечные и бесконечные игры. Повторяющиеся игры: смешанная стратегия; эволюционно-стабильная стратегия.

Рынок труда и заработная плата. Особенности спроса и предложения факторов производства. Рынок труда. Спрос на труд и предложение труда в условиях совершенного и несовершенного рынка труда. Равновесие спроса и предложения труда для конкурентного рынка товаров. Несовершенные рынки труда и их особенности. Равновесие спроса и предложения труда на монопольном рынке продукции. Рынок труда с монопсонической властью. Источники монопсонической власти, монопольная власть на рынке труда. Источники монопольной власти. Двусторонняя монополия на рынке труда. Теории, модели и практика формирования заработной платы. Классические, марксистские, кейнсианские и институциональные трактовки заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Факторы, определяющие уровень заработной платы. Влияние профсоюзов, государства и безработицы на определение уровня заработной платы.

Рынок капитала и процент. Понятие и теории капитала. Основной и оборотный капитал. Амортизация основного капитала. Финансовый капитал. Ссудный процент. Инвестиции и сбережения. Равновесие на рынке капитала при совершенной конкуренции. Элементы финансовой математики. Простой и сложный процент, их значение. Дисконтирование. Рыночная стоимость капитальных активов. Введение в инвестиционный анализ. Внутренняя норма отдачи. Чистая приведенная стоимость. Срок окупаемости инвестиций

Рынок земли и рента. Земля (земельные площади, угодья, земельный участок). Землевладелец. Цена земли. Кадастровая стоимость земли. Рыночная стоимость земли. Арендная плата. Экономическая рента. Земельная рента. Дифференциальная земельная рента. Налогообложение земли. Спрос и предложение на рынке земли.

Модуль 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.

Экономическая эффективность по Парето и условия ее достижения. Понятие экономической эффективности. Критерии эффективности – критерий Парето. Общее и частичное

равновесие. Экономика «чистого» обмена. Графическое отображение – диаграмма Эджуорта. Эффективность производства. Распределение производственных ресурсов. «Ядро» экономики благосостояния. Существование, механизм установления и стабильность общего равновесия. Оптимальность по Парето. Теория благосостояния. Эффективность и справедливое распределение.

Провалы рынка, внешние эффекты и общественные блага. Формы трансакционных издержек. Права собственности. Понятие и разновидности внешних эффектов: отрицательные и положительные внешние эффекты. Корректирующие налоги и субсидии. Теорема Коуза. Применение теории внешних эффектов. Понятие общественных благ. Их свойства. Проблема безбилетника. Чистое общественное благо и чистое частное благо. Спрос и предложение чистых общественных благ. Положительные внешние эффекты и эффективный выпуск общественных благ.

Трансакция, виды трансакций. Трансакционные и трансформационные издержки. Роль и виды трансакционных издержек: классификации О. Уильямсона, Д. Норта, Р. Милгрома. Издержки ex-ап1е, ex-роз1. Специфичность активов. Фундаментальная трансформация. Издержки и форма собственности. Внешние эффекты. Теорема Коуза. Роль и учет трансакционных издержек в экономике. Влияние формальных и неформальных правил на динамику трансакционных издержек. Пути снижения трансакционных издержек.

Монопольная власть и несовершенная информация. Экономическая сущность информации причины и последствия ее неполноты. Информация как ресурс. Свойства информации, стоимость и цена информации. Информационная асимметрия и рынок «лимонов». Фиаско на рынке «лимонов». Роль государства в сглаживании асимметричности информации. Неблагоприятный отбор. Теория сигналов. Монополизация экономики как один из провалов рынка. Потери мертвого груза (общественного благосостояния) в условиях монополии.

Неравенство в распределении доходов. Понятие дохода. Отличие дохода от богатства. Основные группы доходов домохозяйств. Доходы, получаемые за счет использования факторов производства. Трансфертные платежи. Основные направления распределения дохода. Функциональное распределение дохода. Распределение дохода по величине. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини. Проблема выравнивания доходов и основные подходы ее решения. Функциональное распределение дохода в России и западных странах. Распределение дохода по величине в России.

Модуль 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).

Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ. Предмет макроэкономики. Методы макроэкономического анализа. Макроэкономические модели. Модель круговых потоков. Равновесное функционирование национальной экономики.

Отраслевая и секторальная структура национальной экономики. Макроэкономическая структура национальной экономики. Общественное воспроизводство. Система макроэкономических взаимосвязей основных секторов народного хозяйства. Отраслевая и секторальная структура национальной экономике.

Измерение результатов экономической деятельности. Общественный продукт: сущность, показатели измерения. Система национального счетоводства. Методология исчисления основных макроэкономических показателей. Национальное богатство и чистое экономическое благосостояние. Показатели дохода и продукта. ВВП. Основные макроэкономические тождества. Номинальные и реальные показатели. Индексы цен. Проблемы оценки благосостояния нации Межотраслевой баланс как инструмент анализа и прогнозирования структурных взаимосвязей в экономике.

Модуль 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической нестабильности.

Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения. Совокупный спрос и факторы, его определяющие. Совокупное предложение: классическая и кейнсианская модели. Макроэкономическое равновесие в модели совокупного

спроса и совокупного предложения. Переход от краткосрочного равновесия к долгосрочному. Шоки спроса и предложения. Стабилизационная политика.

Макроэкономическое равновесие на товарном рынке. Кейнсианская модель доходов и расходов. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения и полная занятость ресурсов. Компоненты совокупного спроса и уровень планируемых расходов. Потребление и сбережения. Инвестиции. Фактические и планируемые расходы. Крест Кейнса. Механизм достижения равновесного объема производства. Колебания равновесного уровня выпуска вокруг экономического потенциала. Мультипликатор автономных расходов. Рецессионный и инфляционный разрывы. Парадокс бережливости. Взаимосвязь модели AD-ASи кейнсианского креста.

Деньги, их функции, денежное обращение. Деньги и их функции. Денежная масса. Основные денежные агрегаты. Классическая и кейнсианская теории спроса на деньги. Модель предложения денег. Денежный мультипликатор.

Денежный рынок и его равновесие. Банковская система. Краткосрочное равновесие на денежном рынке. Ликвидная ловушка. Долгосрочное равновесие денежного рынка. Монетарное правило М. Фридмена. Банковская система, ее структура и функции. Центральный Банки коммерческие банки

Макроэкономическое равновесие на товарном и денежном рынках. Модель IS-LM. Взаимосвязь моделей AD-ASи IS-LM. Основные переменные и уравнения модели IS-LM. Вывод кривых IS и LM. Наклони сдвиг кривых IS и LM. Равновесие в модели IS-LM. Относительная эффективность бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики Вывод кривой совокупного спроса. Экономическая политика в моделях AD-AS и IS-LM при изменениях уровня цен.

Цикличность экономического развития. Понятие экономического цикла и его фазы. Причины циклических колебаний в рыночной экономике. Экономический цикл и динамика основных макроэкономических показателей. Потенциальный ВВП.

Безработица как форма макроэкономической нестабильности. Понятие безработицы, ее определение и современное состояние. Причины безработицы: классическая и кейнсианская концепции. Формы безработицы и ее естественный уровень. Издержки безработицы. Закон Оукена. Регулирование уровня безработицы. Государственная политика в области занятости

Инфляция. Сущность, причины и измерение инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Ожидаемая и неожиданная инфляция. Механизм развития инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Взаимосвязь между инфляцией и безработицей. Стагфляция. Взаимосвязь инфляции и безработицы.

Экономический рост. Понятие и содержание экономического роста. Предпосылки экономического роста. Экономический рост и изменения в структуре экономики и общественных институтах. Факторы и типы экономического роста. Теории экономического роста. Историко-социологическая концепция роста У. Ростоу. Неокейнсианские модели роста Е. Домара и Р. Харрода. Неоклассические модели роста Р. Солоу, Дж. Мида, А. Льюиса.

Институциональное изменение. Институциональное равновесие. Траектории изменения институтов. Эволюционный и революционный варианты развития институтов. Классификация институциональных изменений Д. Норта. Эффект исторической обусловленности развития. Целенаправленные институциональные изменения. Институциональный импорт. Стратегии институционального импорта. Конгруэнтность. Конвергенция, типы конвергенции. Дивергенция. Методики измерения конгруэнтности: юридическая методика, методика Дж. Ховстеда, методика С. Корнела и Дж. Колта, методика сравнения норм. Сценарии институционального развития.

Модуль 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.

Государство как организация. Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Оппортунистическое поведение и роль «третьей стороны» государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника. «Провалы» государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев

эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы «вмешательства» государства в сделки. Теория государства Д. Норта.

Кредитно-денежная политика. Цели и инструменты кредитно-денежной политики. Передаточный механизм кредитно-денежной политики, ее связь с бюджетно-налоговой и валютной политикой.

Финансовая и налоговая системы. Финансовая система. Содержание и функции финансов и финансовой системы. Фондовый рынок. Основные виды ценных бумаг. Ценные бумаги на мировых финансовых рынках. Формирование структуры доходов и расходов бюджета. Бюджетный потенциал. Внебюджетные фонды. Основные бюджетные пропорции. Бюджетный дефицит и профицит. Бюджетирование. Содержание и основные черты налогов. Налоговая система и принципы ее построения. Функции налоговой системы. Виды налогов и их классификация. Эффективность налоговой системы. Кривая Лаффера.

Налогово-бюджетная политика. Краткосрочные и долгосрочные цели бюджетно-налоговой политики и ее инструменты. Мультипликатор государственных расходов. Мультипликатор налогов. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Дискреционная и недискреционная фискальная политика. Бюджетные дефициты и излишки. Встроенные стабилизаторы экономики. Циклический и структурный дефициты госбюджета. Воздействие бюджетного излишка на экономику. Инфляционные и неинфляционные способы финансирования бюджетного дефицита. Сеньораж. Эффект вытеснения. Проблемы увеличения налоговых поступлений в государственный бюджет. Бюджетный дефицит и государственный долг: основные определения, показатели и проблемы количественной оценки. Основные причины устойчивого бюджетного дефицита и увеличения государственного долга. Первичный дефицит государственного бюджета и механизм самовоспроизводства долга. Государственный долг, налоги, инвестиции и экономический рост. Взаимосвязь внутреннего и внешнего долга. Государственный долг и дефицит платежного баланса. Причины долгового кризиса и стратегия управления государственной задолженностью

Валютный курс и платежный баланс. Понятие и структура мирового хозяйства. Теория международной торговли и торговая политика. Валютный рынок: основные понятия. Системы гибких и фиксированных валютных курсов. Соотношение номинального и реального валютных курсов в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Факторы, определяющие динамику номинального валютного курса в долгосрочном периоде. Воздействие макроэкономической политики на динамику равновесного реального валютного курса. Сравнительная эффективность режимов гибкого и фиксированного валютных курсов. Макроэкономическое значение, основные статьи и структура платежного баланса. Торговый баланс, баланс текущих операций и баланс движения капитала. Взаимосвязь счетов платежного баланса. Колебания валютного курса как инструмент автоматического урегулирования платежного баланса. Официальные валютные резервы Центрального Банка. Влияние макроэкономической политики на состояние платежного баланса. Дефицит и кризис платежного баланса.

Сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства. Макроэкономическое равновесие в открытой экономике. Равновесный объем производства в открытой экономике. Мультипликатор расходов в открытой экономике. Международные потоки капиталов и товаров. Модель внутреннего и внешнего равновесия в условиях фиксированного обменного курса. Правило распределения ролей. Модель открытой экономики Манделла - Флеминга. Фискальная и монетарная политика в классической и кейнсианской моделях. Проблемы осуществления стабилизационной политики. Активная и пассивная политика. Политика твердого курса и произвольная макроэкономическая политика. Возможные «твердые курсы» фискальной и монетарной политики. Противоречивость целей макроэкономического регулирования и проблема координации курсов бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**8**	**288**
Аудиторные занятия:	**0,67**	**24**
Лекции (Лек)	0,45	16
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**6,83**	**246**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	6,83	246
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,5**	**Экзамен (18)**
В том числе по семестрам		
2 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции (Лек)	0,17	6
Практические занятия (ПЗ)	0,05	2
Самостоятельная работа (СР):	**2,53**	**91**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,53	91
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**
3 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции (Лек)	0,28	10
Практические занятия (ПЗ)	0,17	6
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Логистика» (Б1.Б.19)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о структуре и особенностях формирования современных логистических систем с учетом актуальных тенденций их развития. Данный курс связан с ликвидацией организационной системы, основанной на планово-распределительных методах управления, и переходом к рыночным отношениям. В реальных российских условиях данная дисциплина координирует управление и реализацию логистических систем и подсистем для целей оптимального функционирования предприятия.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).

Знать:

– основные понятия и методы управления логистическими системами, управления запасами и ресурсами предприятия.

Уметь:

– разрабатывать и оформлять документы логистической деятельности.

Владеть:

– методами и принципами анализа логистических цепочек.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Терминологический аппарат. Концептуальные и методологические основы логистики.

История термина. Определение понятия логистики. Понятие материального, информационного потоков и логистической операции. Логистическая стратегия управления материальными ресурсами.

Модуль 2. Логистические системы.

Понятие и общие свойства логистической системы. Основные логистические концепции и системы.

Модуль 3. Организация службы логистики.

Структура организации. Основные направления деятельности служб логистики. Управление службой логистики на предприятии.

Модуль 4. Логистика доставок.

Определение и основные стадии экономичной доставки. Контракт купли-продажи. Технология заключения коммерческой сделки (контракта купли-продажи). Основные статьи контракта (основные требования, предъявляемые к контракту купли-продажи). Примерная структура контракта. Оптимизация поставок. Элементы затрат, влияющих на стоимость доставки товаров. Определение оптимальной партии поставки товара.

Модуль 5. Логистика складского хозяйства.

Основы складского хозяйства. Основные показатели деятельности склада. Выбор места и определение площади склада. Планирование материально-технического снабжения. Планирование потребности. Методы определения потребности. Планирование потребности. Производственные запасы. Элементы теории управления запасами.

Модуль 6. Внутрипроизводственная логистика (ВПЛ).

Роль и задачи внутрипроизводственной логистики. Планирование в системе ВПЛ. Взаимосвязь текущего и стратегического «прогнозного» планирования. Методы и приемы стратегического и текущего планирования. Факторы, определяющие объем производства. Основные понятия производственной логистики. «Толкающие и тянущие» системы в производстве. «Толкающая система» (МРП). Тянущая система «КАНБАН». Факторы, влияющие на организацию материальных потоков. Сущность и основные элементы «изящного производства».

Модуль 7. Транспортная логистика.

Сущность и задачи транспортной логистики. Выбор вида транспортного средства. Транспортные тарифы и правила их применения. О некоторых способах включения транспортных расходов в цену продукции.

Модуль 8. Распределительная логистика.

Сущность и значение распределения в логистике. Основные формы организации распределительной логистики. Потребление материального потока в логистике. Логистические каналы и логистические цепи. Размещение распределительных центров на логистическом полигоне.

Модуль 9. Логистические информационные системы.

Использование технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов. Информационные технологии в логистике. Принципы построения логистических информационных систем. Виды логистических информационных систем.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «История управленческой мысли» (Б1.Б.20)

1. Цель дисциплины – формирование базовых представлений в области истории управления, соответствующих современному этапу развития менеджмента. Данный курс обеспечивает знакомство студентов с основными этапами и направлениями развития управленческой мысли, а также трудами выдающихся представителей управленческой науки, изучение национальных моделей менеджмента, отечественной теории и практики управления, осмысление вклада наиболее известных концепций и школ в развитие менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- специальную терминологию общего менеджмента,
- основополагающие концепции, теории и школы менеджмента, а также законы и закономерности развития социальных систем (организаций),
- основные функции, принципы, методы и стили управления.

Уметь:

- выявлять противоречия между теорией и практикой менеджмента, творчески мыслить и находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,
- применять методы научной организации труда для эффективного управления человеческими и др. ресурсами.

Владеть:

- навыками анализа внешней и внутренней среды организации,
- навыками разработки, обоснования, принятия и реализации управленческих решений,
- навыками разрешения конфликтных ситуаций в организациях.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Донаучный период развития управленческой мысли.

Введение в дисциплину. Периодизация истории менеджмента. Основные особенности развития методов управления в доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную эпохи. Основные факторы развития практики менеджмента и управленческой мысли.

Зарождение менеджмента. Особенности управления в цивилизациях Древнего Востока и античной цивилизации. Религиозно – коммерческая управленческая революция. Светско–административная управленческая революция. Свод законов Хаммурапи. Производственно-строительная управленческая революция. Деятельность Навуходоносора II. Государственное и военное управление. Управленческая мысль в Древней Греции. Римская империя и развитие управления.

Управленческая мысль в эпоху Возрождения. Принципы управления Н. Макиавелли. Факторы и условия становления и развития промышленного капитализма. А.Смит о сущности управленческого труда. Утопия Оуэна, его вклад в развитие менеджмента.

Зарождение теории менеджмента в США.

Модуль 2. Научный подход в развитии менеджмента

Предшественники научного менеджмента. Школа научного управления. Ф.У. Тейлор и др. представители. Хронометрирование. Система оплаты труда. Административная школа А. Файоля. Функции управления, принципы управления. Качества администратора. Теория бюрократии М. Вебера.

Школа человеческих отношений. Э.Мэйо. Хоторнский эксперимент и его основные выводы. М. П. Фоллет. Ч. Барнард. Власть в организации. Формальная и неформальная организация.

Развитие управленческой мысли в рамках поведенческой школы. Основные представители, характеристика основных положений.

Модуль 3. Современный менеджмент

Современные подходы в менеджменте. Основы количественного подхода, значение математических методов в управлении. Процессный подход как концепция управленческой мысли. Основы системного подхода. Ситуационный подход в менеджменте. Концепция управления по целям П. Друкера.

Современные модели менеджмента. Влияние национально-исторических факторов на формирование национальной модели менеджмента. Японская модель менеджмента. Американская модель менеджмента. Европейская модель менеджмента.

Модуль 4. Развитие управления в России

Зарождение менеджмента в России (начало XX в). Особенности развития капитализма в России. Предпосылки возникновения научного менеджмента в России. Распространение тейлоризма. Концепция НОТа А. Журавского. Культура труда и управления А. Гастева: трудовое обучение, культура труда. Разработки харьковской школы управления. Ф.Дунаевский: функции управления, вопросы дисциплины, «теория распоряжений». А. Богданов и его вклад в развитие теории управления и общей теории систем.

Особенности и перспективы российского менеджмента. Управленческий аспект перехода к рыночной экономике. Использование мирового опыта в постсоветской России. Российская модель менеджмента, проблемы ее формирования.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организационное поведение» (Б1.Б.21)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о проблемах создания и функционирования организаций в современном обществе и существования личности в организации, а также моделей поведения человека и групп людей в организации. Данный курс обеспечивает формирование знаний о построении организации на основании предложенных моделей, и проблем, которые возникают у менеджеров при обеспечении функционирования организации. Курс дает общее представление о существующих моделях и механизмах мотивации индивидов, их взаимоотношениях в организации, описывает закономерности осуществления руководства, в рамках которого организации могут проявить свою эффективность.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- 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 позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

Знать:

- методы и модели построения организаций;
- методы решения проблем, возникающие при обеспечении функционирования организаций;
- существующие модели и механизмы мотивации индивидов, необходимые при проектировании работы в организации.
- закономерности осуществления руководства организациями.

Уметь:

- выявлять причины недостаточной эффективности организаций;
- самостоятельно решать сложные поведенческие задачи;
- грамотно выстраивать межличностные отношения.

Владеть:

- навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых интересов;
- навыками работы над выполнением принятых решений во взаимодействии с коллективом и партнерами;
- этикой руководства.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Организационные типы и структуры.

Тема 1. Предмет и метод науки об организационном поведении.

Общее представление о теории и практике организационного поведения. Связь науки об организационном поведении с другими науками: психологии личности, социальной психологии, психологии общения, управления персоналом, теорией управления, социологией и др.

Базовые аспекты организационного поведения: определения и понятия, теоретическая основа ОП, роль ОП в управлении организациями. Основные задачи науки организационного поведения.

Роль и место знаний, умений и навыков организационного поведения в деятельности менеджера в современных условиях бизнеса.

Понятие организации и контролируемой деятельности в организации. Потребность в контролируемой деятельности. Общность целей организации и индивидуальных целей членов организации.

Связь организационного поведения с теорией менеджмента. Классификация школ менеджмента.

Тема 2. Организационная структура: понятие и назначение. Различные подходы к изучению организаций.

Способы формирования структур, их природа, модификация структур с целью повышения эффективности функционирования организаций. Наиболее значимые модели организационного устройства, выдвинутые теоретиками и практиками организационного управления.

Описание природы организации при помощи метафор. Пять типов метафор Г. Моргана, при помощи которых можно описать организации.

Основные теоретические подходы к исследованиям поведения человека в профессиональной среде: школа научного управления Ф. Тейлора и Ф. Гилберта, административная школа М. Вебера. Идеи и принципы А. Файоля и Л. Урвика относительно эффективности функционирования организаций.

Тема 3. Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм. Стратегический выбор.

Видение организации с точки зрения ситуационизма. Идеи ситуационистов о невозможности существования идеальной, универсальной структуры организации. Возможность сосуществования в одной организации элементов бюрократической, современной и супергибкой матричной структуры.

Основные идеи школы технологического детерминизма об определяющей роли технологии при формировании структуры организации. Вывод о том, что различные технологии требуют создания различных структур. Классификация организаций в зависимости от существующих в них технологий. Результаты изучения взаимосвязи между производством, разработкой продукции и маркетингом. Исследование механизма принятия решений управленческим аппаратом организации. Координация действий между членами менеджерского звена. Зависимость возникающих в организациях ситуаций неопределенности от видов технологий.

Энвайронменталистсий детерминизм. Исследования Т. Бёрнса и Д. Столкера. Понятия и показатели механистической и органической систем менеджмента, введенные Т. Бёрнсом и Д. Столкером. Выводы этих ученых о том, что в зависимости от условий, организация может переключаться с одной системы на другую, т.к. не существует оптимальной системы управления.

Понятия дифференциации и интеграции. Исследования П. Лоренса и Д. Лорша по определению степени воздействия условий окружающей среды на способность организации разрешать проблему конфликта между дифференциацией и интеграцией.

Связь между внешней средой и структурой организации. Доказательство важности роли окружающей среды организации, а также секторов окружающей среды для ее отделов в определении оптимальной структуры в данных условиях.

Модель классификации окружающих сред Р. Данкана по четырём типам, в соответствии со сложностью и скоростью происходящих в них изменений.

Идеи сторонников стратегического выбора о связи между структурой организации, её технологиями и внешней средой.

Тема 4. Создание эффективных организаций. Виды организационных структур. Организация как система. Структурные конфигурации. Идеи Г. Минцберга касательно организационной структуры.

Принципы построения оптимальных структур управления. Основные типы организационных структур: линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная (проектная), их особенности, преимущества и недостатки.

Основные структурные формы: высокая или низкая степень специализации, высокая или плоская структура, узкая или широкая структура, централизованная или децентрализованная, жёсткий или слабый контроль. Виды и функции контроля.

Представление об организации, как об открытой системе. Исследования Э. Триста и К. Бамфорта. Установление взаимозависимости между технологией и социальными потребностями людей. Понятие социотехнической системы.

Идеи Г. Минцберга касательно структуры организации. Четыре составляющих блока организационной структуры.

1. Три основания организации: основные составляющие организации (стратегический апекс, срединная линия, операционное ядро, техноструктура, вспомогательный персонал), координационные механизмы и система потоков.

2. Девять конструкционных параметров: рабочая специализация, формализация поведения, подготовка и внедрение человека в организацию, классификация групп, размер групп, системы планирования и контроля, механизмы связи, вертикальная децентрализация, горизонтальная децентрализация.

3. Четыре ситуативных фактора: возраст и размер, техническая система, внешняя окружающая среда, власть/полномочия.

4. Пять структурных конфигураций: простая структура, механистическая бюрократия, профессиональная бюрократия, дивизиональная структура, адхократия. Описание, условия функционирования и проблемы этих структур.

Основные координационные механизмы**,** необходимые для функционирования организационных структур.

Базовые принципы, представляющие организацию, как систему потоков.

Основные задачи, стоящие перед создателями организационных структур. Контекстуальные вопросы (сложность производственной деятельности, уровень задействованных технологий, ситуация с наймом и подготовкой персонала, уровень стабильности или нестабильность внешней среды), которые должны быть приняты во внимание при разработке структуры организации.

Модуль 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций.

Тема 5. Личность человека в организации.

Понятия «человек», «индивид», «личность», «индивидуальность», «работник». Источники различий в характеристиках личности. Основные факторы, влияющие на индивидуальное поведение. Взаимосвязь между индивидуальным восприятием, поведением, установками и ценностями. Процесс восприятия. Сущность, свойства, функции, формирование важнейших установок личности и способы их изменения и их влияние на организационное поведение.

Обзор исследований человеческих факторов труда, т.н. Хоторнские эксперименты, проведённые Э. Мэйо Ф. Рётлисбергером. Основные выводы исследований. Важность изучения человеческих потребностей при создании и эксплуатации организационных структур.

Тема 6. Теории мотивации и факторы поведения работников в организации.

Обзор теорий мотивации и основных факторов, влияющих на поведение.

Основные показатели, которые могут повлиять на то, что человек понимает как потребность и как он пытается удовлетворить свои потребности. Внутренние и внешние факторы, влияющие на мотивацию к работе. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу. Теория потребностей К. Альдерфера.

Социопсихологический подход в менеджменте и теории организации. Теория зрелости и незрелости К. Арджириса. Теории X и Y Д. МакГрегора.

Факторы, влияющие на удовлетворенность работой по Ф. Герцбергу. Факторы, обусловливающие возникновение чувства наибольшей неудовлетворённости. Двухфакторная теория удовлетворённости (мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга).

Теория мотивации через достижения по Д. МакКлелланду. Личные цели человека и их связь с возникновением и удовлетворением потребностей, стремлений, импульсов, стимулов.

Реакции человека в зависимости от ценности его деятельности и его собственных способностей. Зависимость успеха результата деятельности от ожиданий человека, от типа личности, и от того, насколько предыдущие результаты деятельности подкрепляют ожидания.

Тема 7. Формирование группового поведения.

Значение группового поведения в деятельности организации. Классификация групп. Теория формирования групп (модель Дж. Хоуманса). Преимущества и недостатки работы в группе.

Особенности влияния группы на деятельность индивида. Факторы, влияющие на групповую сплоченность. Различия формальных и неформальных групп. Характеристика ролей в группе. Взаимодействие человека и группы в организации. Взаимодействие руководителей с неформальными группами.

Методы управления конфликтным поведением индивида, группы. Характеристика межгрупповых конфликтных ситуаций. Причины конфликтов.

Тема 8. Лидерство в организации.

Сущность и классические исследования лидерства. Функции лидера. Механизмы лидерства.

Особенности формального и неформального лидерства.

Представление о природе власти в организации. Взаимосвязь понятий «власть», «влияние», «полномочия», «лидерство». Источники и типы власти в организации.

Стили работы руководителей. Анализ руководящего стиля по Р. Лайкерту. Модель реализации власти руководителя. Делегирование полномочий как способ укрепления власти руководителя. Механизм участия в управлении.

Модуль 3. Поведение организаций во внешней среде.

Тема 9. Организационный маркетинг.

Понятие организационного маркетинга и имиджа и управление им. PR и его роль в формировании имиджа. Бренд компании. Этика организации. «Фирменный стиль» организации. Фирменный стиль одежды (дресс-код). Показатели высокого имиджа организации в глазах сотрудников.

Тема 10. Организационное поведение в системе международного бизнеса.

Ключевые аспекты международной деловой среды. Подготовка к работе на глобальном рынке. Фактор различия в коммуникативных процессах. Поведение транснациональных корпораций.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Курсовая работа	3,42	74
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		49
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансовый учет и анализ» (Б1.Б.22)

1. Цель дисциплины - сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки по методологии и организации получения информации о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности. Данный курс обеспечивает формирование знаний в области финансового учета, как неотъемлемой информационной части системы управления предприятием.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

знать:

- сущность, принципы, предмет и задачи бухгалтерского учета;
- систему сбора, обработки, хранения и подготовки учетной и отчетной информации в соответствии с требованиями бухгалтерского учета;
- методы бухгалтерского учета и экспресс-анализа финансового состояния предприятия;
- характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования;
- характеристику и отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций;
- экономический смысл информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности;

уметь:

- самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах;
- работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами;
- применять методы экспресс- анализа финансового состояния предприятия.

владеть:

- методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов;
- методикой анализа финансового состояния предприятия.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы финансового учета.

1. 1. Понятие хозяйственного учета.

Виды хозяйственного учета. Сущность и задачи финансового (бухгалтерского) учета. Финансовый и управленческий учет. Законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского (финансового) учета в РФ.

1. 2. Объекты финансового (бухгалтерского) учета.

Состав и система классификации объектов финансового (бухгалтерского) учета. Имущество организации, источники его образования, хозяйственные процессы, доходы. расходы и финансовый результат. Роль объектов учета в хозяйственной деятельности предприятий и в обеспечении финансовых результатов.

1. 3. Методы финансового (бухгалтерского) учета**.**

Основные элементы метода бухгалтерского учета. Документирование, инвентаризация, балансовое обобщение, счета, двойная запись, оценка, калькулирование.

Требования к составлению, оформлению и регистрации документов, отражающих содержание хозяйственных фактов.

Правила стоимостной оценки объектов учета в зависимости от способов их поступления.

Назначение счетов бухгалтерского учета, их виды (активные, пассивные, активно-пассивные). Схемы соответствующих счетов.

Понятие двойной записи. Бухгалтерские проводки и корреспондирующие счета.

Понятие баланса как равенства имущества и обязательств. Балансовое уравнение. Изменения в балансе под влиянием хозяйственных операций.

Цели, порядок проведения инвентаризации. Отражение результатов инвентаризации в аналитическом и синтетическом учете.

1. 4. Организация финансового (бухгалтерского) учета.

Основные принципы и правила организации финансового (бухгалтерского учета). Требование полноты, своевременности, осмотрительности, приоритета содержания над формой, рациональности, непротиворечивости. Основополагающие принципы: стоимостная оценка, начисление, существенность, осмотрительность, объективность и др.

Функции. Права и обязанности бухгалтерской службы.

Учетные регистры. Понятие бухгалтерской отчетности, ее состав и содержание.

Модуль 2. Финансовый (бухгалтерский) учет.

2.1. Учет денежных средств.

Безналичная форма расчетов. Порядок открытия расчетного счета предприятия. Документальное оформление банковских операций с расчетным счетом. Правила ведения кассовых операций и их документальное оформление. Отчет о движении денежных средств

2.2. Учет основных средств. (ОС)

Определение (ОС), классификация, оценка. Учет наличия и движения основных средств. Амортизация основных средств. Порядок переоценки ОС. Понятие капитальных вложений.

Понятие НА, классификация и оценка. Учет поступления и выбытия. Определение срока полезного использования НА. Амортизация НА.

2.4. Учет финансовых вложений.

Определение, классификация и оценка финансовых вложений. Учет вкладов в уставные капиталы других организаций. Учет финансовых вложений в займы. Учет финансовых вложений в акции и облигации. Обесценение финансовых вложений, создание резерва под обесценение.

2.5. Учет материально-производственных запасов (МПЗ).

Понятие, классификация, оценка и основные задачи учета МПЗ. Документальное оформление поступления и расходования материальных ценностей. Синтетический учет материалов. Учет резерва под снижение стоимости материальных ценностей.

2.6. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции.

Расходы организации: их понятие и группировка. Сущность и содержание затрат. Затраты, относимые на себестоимость продукции, прибыль предприятия и специальные источники финансирования. Исчисление себестоимости товарного выпуска продукции на базе полных и переменных затрат.

2.7. Учет готовой продукции и ее реализации.

Готовая продукция, ее виды и оценка. Синтетический учет готовой продукции. Учет отгрузки. Учет расходов, связанных с продажей продукции, товаров, работ и услуг. Учет реализации.

2.8. Учет расчетов по оплате с персоналом.

Виды, формы и системы оплаты труда, порядок ее начисления. Состав фонда заработной платы и выплат социального характера. Состав затрат на оплату труда, включаемых в себестоимость продукции. Учет удержаний из заработной платы. Учет расчетов по социальному страхованию.

2.9. Учет текущих обязательств и расчетов.

Принципы учета дебиторской и кредиторской задолженности. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет расчетов с учредителями. Расчеты с покупателями и поставщиками. Форма расчетов.

Учет расчетов по федеральным налогам. Учет расчетов по налогам субъектов российской Федерации. Учет расчетов по местным налогам. Учет расчетов по внебюджетным платежам**.**

2.10. Учет собственных и заемных средств

Понятие и состав капитала организации. Учет уставного капитала, резервного и добавочного капитала.

Понятие кредитов и займов. Учет расчетов по кредитам банков и заемным средствам.

2.11. Учет финансовых результатов.

Структура и порядок формирования финансового результата деятельности организации. Финансовые результаты от обычных видов деятельности и прочих доходов и расходов. Учет нераспределенной прибыли.

Модуль 3. Основные направления анализа финансовой отчетности

3.1. Анализ финансового состояния организации.

Анализ ликвидности баланса. Расчет показателей платежеспособности и ликвидности. Типы финансовой устойчивости и факторы ее определяющие.

3.2. Анализ финансовых результатов и деловой активности организации**.**

Анализ показателей прибыли и рентабельности. Факторы, определяющие уровень прибыли и рентабельности организации. Анализ деловой активности и факторы на нее влияющие.

3.3. Анализ ресурсов организации**.**

Оценка, наличие, структура, динамика, производительность внеоборотных и оборотных активов, трудовых и финансовых ресурсов.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансовые рынки и институты» (Б1.Б.23)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о структуре и особенностях формирования современных финансовых рынков с учетом актуальных тенденций их развития. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области финансовых рынков и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- структуру и задачи финансового рынка;
- устройство финансового рынка и содержание финансовых активов;
- основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни;

- особенности обращения финансовых активов на указанных рынках;
- назначение финансовых институтов.

Уметь:

- правильно оценивать риски инвестиций;
- выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками;
- производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.

Владеть:

- основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;
- методами контроля над финансовым положением эмитента;
- навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Финансы и финансовые рынки.

Сущность и функции финансов. Финансовая политика и финансовый контроль. Сущность финансовых рынков. Функции финансовых рынков. Виды финансовых рынков: валютный рынок, рынок денег, рынок кредитов, рынок ценных бумаг, страховой рынок, рынок золота, рынок драгоценных металлов.

Структурные элементы финансовой системы Российской Федерации: государственные финансы; финансы предприятий; страхование как отдельная экономическая категория, кредитно-банковская система и органы финансового контроля. Классификация финансовых ресурсов. Состав финансовых ресурсов государства. Состав финансовых ресурсов предприятий. Источники финансовых ресурсов.

Бюджетное устройство и бюджетный процесс в Российской Федерации. Экономическое содержание и структура государственных финансов, состав и структура государственных доходов, сущность и функции налогов, налоговая система, состав и структура государственных расходов. Бюджетный процесс и его стадии. Структура муниципальных финансов. Внебюджетные фонды, их роль и задачи.

Модуль 2. Рынок ценных бумаг.

Понятие ценной бумаги. Эмиссия и обращение ценных бумаг. Порядок эмиссии ценных бумаг. Первичный РЦБ. Вторичный РЦБ. Биржевой рынок. Внебиржевой рынок. Особенности функционирования первичного рынка РЦБ. Виды ценных бумаг. Привилегированные и обыкновенные акции. Государственные и корпоративные облигации. Порядок начисления дивидендов и процентов. Вексель. Коносамент. Сберегательный сертификат. Депозитный сертификат. Банковская сберегательная книжка. Чек. Складское свидетельство: двойное, залоговое, складское, простое. Депозитарные расписки.

Понятие, цели и необходимость регулирования рынка ценных бумаг. Принципы регулирования. Виды регулирования: государственное регулирование и саморегулирование. Система государственного регулирования рынка ценных бумаг: органы государственного надзора, законодательно-правовая база регулирования, национальные особенности регулирования рынка.

Сущность биржевой торговли. Понятие биржи и история их возникновения. Виды бирж. Биржевой товар. Базисные рынки. Организация биржи и ее управление.

Организация биржевого торга. Биржевые сделки. Выявление биржевой цены. Клиринг и расчеты по биржевым сделкам. Компьютеризация биржевого дела. Срочные биржи. Ведущие биржи мира. Российские биржи.

Посредники на рынке ценных бумаг: финансовые и профессионалы фондового рынка: брокеры, дилеры и управляющие компании. Задачи, функции и условия работы на рынке ценных бумаг. Спекулянты на рынке ценных бумаг, их виды и задачи.

Модуль 3. Страховой рынок.

Место страхования в современной экономике России. Макроэкономические показатели развития страхового рынка. Понятие неблагоприятного события. Виды неблагоприятных событий. Методы борьбы с неблагоприятными событиями - превенция, репрессия, компенсация. Страхование как механизм компенсации.

Страхование в системе экономических отношений. Страховой фонд как материальный носитель категории страхования. Способы формирования страховых фондов. Централизованные страховые фонды, их виды, формы и назначение. Достоинства и недостатки централизованного способа создания и использования страховых фондов. Самострахование как способ формирования страховых фондов: его особенности, преимущества и недостатки. Страхование как способ формирования страховых фондов.

Сущность страхования. Признаки, характеризующие специфичность страхования как экономической категории. Функции страхования. Дискуссионные вопросы сущности и функций страхования.

Сфера применения страхования. Место страхования в рыночной экономике. Необходимость и проблемы развития страхования в России.

Понятие и классификация страхования имущества. Основные условия договоров страхования имущества. Объекты страхования и страховые риски. Страхователи. Методы определения страховой стоимости имущества. Системы страхового покрытия. Франшиза.

Понятие гражданской ответственности и особенности ее страхования. Субъекты правоотношений при страховании ответственности. Объекты страхования и объем ответственности. Понятие лимита страховой ответственности и методы его установления.

Экономическое значение личного страхования граждан, его взаимосвязь с социальным страхованием и обеспечением. Страховой интерес и страховой риск в личном страховании. Особенности договоров личного страхования, их существенные условия.

Модуль 4. Кредитный рынок.

Становление российской банковской системы. Перспективы развития банковской системы. Понятие и структура кредитной системы. Кредитный механизм и банковская организация кредитных отношений.

Понятие банковской системы. Банк как элемент банковской системы. Современная структура банковской системы РФ. Функции банков как особых финансовых посредников. Виды и организационная структура коммерческих банков. Принципы деятельности коммерческих банков. Организационно-правовые формы кредитных организаций. Порядок создания и реорганизации кредитных организаций. Отзыв лицензии и ликвидация кредитных организаций. Реформы банковской системы. Формирование устойчивой банковской системы в современных условиях. Банковские риски. Страхование банковской деятельности.

Статус, функции и задачи Банка России. Принципы организации и организационное построение Банка России. Операции Банка России. Баланс Банка Рос сии. Денежно-кредитная политика Банка России. Роль Банка России в проведении единой государственной денежно-кредитной политики. Цели и основные направления денежно-кредитной политики. Инструменты и методы денежно-кредитной политики. Основные ориентиры денежно-кредитной политики Банка России на текущей период.

Депозиты до востребования. Срочные депозиты. Преимущества и недостатки для банка и клиента. Недепозитные источники формирования ресурсов. Начисление процентов по вкладам и другим долговым обязательствам банка. Агентство по страхованию вкладов. ОФБУ и индивидуальное управление. Небанковские кредитные организации.

Модуль 5. Рынок драгоценных металлов и камней.

Сущность и операции рынка драгоценных металлов. Международные принципы организации рынка драгоценных металлов. Роль рынка драгоценных металлов в механизме финансового рынка. Анализ современного рынка драгоценных металлов России. Сырьевая база и проблемы золотодобычи в России. Внутренний рынок драгоценных металлов в России. Операции российских банков с драгоценными металлами.

Основные месторождения, методы добычи и добывающие компании в мире. Анализ мировой ситуации на рынке драгоценных камней. Драгоценные камни как средство сбережений. Состояние российского алмазно–бриллиантового комплекса и его роль на мировом рынке.

Модуль 6. Валютный рынок и международные финансовые институты.

Валюта и валютные ценности. Понятие валютной системы. Элементы валютной системы. Понятие конвертируемости валюты. Национальная валютная система. Региональная валютная система. Взаимосвязь национальной и мировой валютных систем. Место России в мировой валютной системе. Сущность и разновидности золотого стандарта. Парижская валютная система. Генуэзская валютная система. Валютные блоки начала 20 века. Бреттон-Вудская валютная система. Ямайская валютная система и проблемы ее развития. Европейская валютная система. Методы государственно-административного регулирования. Методы рыночного регулирования.

Типы валютных рынков по степени организованности. Типы валютных рынков по валютным ограничениям. Типы валютных рынков по степени распространения. Функции валютного рынка. Особенности формирования валютного рынка в России. Рынок FOREX – понятие и основные зоны.

Международный валютный фонд. Основные направления деятельности МВФ. Структура органов управления и уставный капитал МВФ. Проблемы и перспективы МВФ. Виды и направления деятельности Всемирного банка (Международного банка реконструкции и развития). Основные задачи, управление и деятельность Банка международных расчетов. Организация деятельности БМР. Международные финансовые и офшорные центры.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**6**	**216**
Аудиторные занятия:	**0,67**	**24**
Лекции (Лек)	0,45	16
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,97**	**179**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,97	179
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,36**	**Зачет (4)** **Экзамен (9)**
В том числе по семестрам		
3 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**
4 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции (Лек)	0,22	8
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**2,42**	**87**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,42	87
Виды контроля:	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление человеческими ресурсами» (Б1.Б.24)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов знаний по теории, методам, технологиям управления человеческими ресурсами в современных условиях, а также выработка практических навыков, необходимых в профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

Знать:

- научные точки зрения о содержании понятий «персонал», «человеческие ресурсы»;
- взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению персоналом;
- основные функциональные направления деятельности служб по работе с персоналом;
- содержание основных документов для регулирования трудовых отношений в организации;
- технологии подбора и найма персонала;
- принципы и методы управления служебно-профессиональным продвижением персонала;
- методы трудовой адаптации персонала,
- управление личным развитием, формирование и управление кадровым резервом;
- современные системы обучения персонала, направленные на профессиональное развитие персонала;
- теоретические и практические основы трудовой мотивации персонала;
- методы и процедуры оценки персонала;
- влияние организационной культуры на систему управления персоналом.

Уметь:

- применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности;
- проводить анализ содержания работы;
- оформлять основные нормативно-правовые, нормативно-методические и организационно-распорядительные документы;
- разрабатывать критерии отбора персонала;
- формировать программы трудовой адаптации,
- организовывать обучение персонала;
- выявлять и формировать мотивы персонала к эффективной трудовой деятельности;
- проводить подготовительный этап аттестации персонала;

Владеть:

- методами привлечения и отбора персонала;
- методами стимулирования персонала;
- методами оценки персонала;
- – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.

Понятия «Рабочая сила», «Трудовые ресурсы», «Персонал» «Человеческие ресурсы», «Управление человеческими ресурсами». Место подсистемы управления человеческими ресурсами в системе управления организацией. Взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами. Цели и задачи управления человеческими ресурсами. Современная система и технология управления человеческими ресурсами. Служба управления человеческими ресурсами (персоналом), ее структура и функциональные направления деятельности. Требования, предъявляемые к руководителям и специалистам (менеджерам) по персоналу в крупных организациях. Краткая характеристика основных функций управления персоналом. Управление человеческими ресурсами в США, странах западной Европы и Японии.

Содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических, методических и распорядительных документов для регулирования трудовых отношений в организации. Должностная инструкция и ее составные части. Профиль должности. Понятие и содержание трудового договора. Режим рабочего времени и времени отдыха. Взаимная ответственность работодателя и работника. Основания для прекращения трудового договора.

Модуль 2. Рынок труда и его влияние на обеспеченность организации человеческими ресурсами. Современные технологии поиска и отбора персонала. Анализ резюме соискателей вакантной должности. Создание резерва кандидатов из внешних и внутренних источников.

Характеристика основных методов отбора соискателей (интервьюирование, «центр оценки», тестирование, рекомендации). Информационные, отсеивающие и отборочные интервью. Структура отборочного интервью. Обзор и оценка проведенного найма на работу. Контроль сотрудников, проходящих испытательный срок в организации. Анализ эффективности работы новых сотрудников и критериев, по которым они были приняты на работу.

Модуль 3. Направления деятельности по развитию человеческих ресурсов в организации. Задачи менеджеров по персоналу и линейных руководителей в области развития персонала. Профориентация и трудовая (социальная, профессиональная, психофизиологическая) адаптация. Планирование и организация обучения персонала организации. Контроль и обратная связь при обучении. Расчет эффективности от повышения квалификации сотрудников. Планирование и управление деловой карьерой персонала. Понятие и виды карьер. Модели служебной карьеры. Соотношение между этапами карьеры сотрудника и его потребностями. Сущность и порядок формирования резерва руководящих кадров. Организация и методы работы с резервом руководящих кадров. Косвенные показатели уровня работы организации с резервом руководящих кадров. Понятие и классификация знаний. Система управления знаниями. Инструментарий системы управления знаниями. Роль управления знаниями в развитии персонала и в обеспечении конкурентоспособности организации.

Модуль 4. Смысл и эволюция понятия мотивации. Потребности. Мотивы. Ожидания. Притязания. Стимулы. Механизм мотивации. Закон результата. Мотивация через потребности. Основные содержательные (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д.Мак Клелланд). И процессуальные теории мотивации (теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера, теория Скиннера). Поведенческие реакции персонала на возникновение барьеров при достижении поставленных целей. Практические рекомендации для руководителей по управлению поведением работников. Материальное и нематериальное стимулирование. Компенсации и льготы. Типы компенсаций, используемых в иностранных и российских компаниях. Примеры систем оплаты труда в российских и зарубежных компаниях, их преимущества и недостатки.

Модуль 5. Контроль деятельности персонала и его функции. Предварительный, текущий и заключительный виды контроля. Обратная связь при осуществлении текущего контроля. Функционирование организационной системы контроля. Возможные негативные последствия контроля. Оценка персонала. Административная, информационная и мотивационная цели оценки

результатов деятельности. Эффективность оценки результатов деятельности. Аттестация, процедура ее подготовки и проведения.

Организационная культура и ее влияние на различные аспекты управления человеческими ресурсами.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации» (Б1.Б.25)

1. Цель дисциплины - формирование у будущих деловых людей соответствующих психологических и нравственных качеств, как необходимых условий их поведенческой деятельности. Данный курс знакомит студентов с основными положениями делового этикета и протокола, их исторического значения в жизни общества, правилами речевого этикета, оформления деловых писем, бумаг и документов, и поддержки электронных коммуникаций.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными компетенциями:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

Знать:

- основы теории межличностных отношений;
- деловой этикет и протокол;
- методы построения взаимоотношений с руководством и коллегами;

Уметь:

- планировать деятельность по организации межличностных отношений;
- общаться с людьми и понимать мотивы их поступков.

Владеть:

- поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов,
- практикой достижения согласия в деловых переговорах,
- мастерством устной речи,
- умением грамотно выражать свои мысли на бумаге.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Введение. Проблемы этики и этикета в истории философской мысли. Этика и мораль. Бизнес: личность, культура, этика. Основные принципы этикета. Шесть основных заповедей этикета. Имидж. Понятие имиджа. Имидж, характер и репутация. Составные части имиджа. Как видят нас окружающие и как судят о нас. Как мы воспринимаем самих себя. Внешний облик делового человека. Деловая одежда: как надо и как нельзя одеваться на службе.

Речь. Умение говорить, как составная часть имиджа. Звук голоса, слова и умение использовать оба эти средства. Произношение. Речевые привычки. Как улучшить свой голос. Телефонный этикет. Правила телефонных переговоров: когда звоните Вы; когда звонят Вам; когда звонят кому-то другому. Предложение товаров и услуг по телефону. Как правильно завершить телефонный разговор. Правила этикета при пользовании сотовыми телефонами. Умение писать деловые бумаги и письма – составляющая имиджа делового человека Характеристики текстов и методы их написания. План как общая концепция текста, редактирование. Составление анкеты. Составление и анализ деловой корреспонденции: оформление, содержание. Типы деловых писем. Правила написания заявлений, внутренних записок. Доклады, речи. Организация рабочего места.

Модуль 2. Теория межличностных отношений.

Межличностные отношения как вид человеческой деятельности. Основы человеческого поведения. Мотивация поведения. Что побуждает людей действовать: 12 ценностей, амбиции, эмоции. Личное общение. Позитивное подкрепление. 12 позитивных способов влиять на людей. 5 способов, чтобы не оттолкнуть от себя людей. Планирование программы межличностных отношений: 10 шагов планирования программы. Ведомственный этикет. Основы, ожидаемое отношение. Как вставать (садиться), входить и выходить. Секретари в приемной. Руководители и персонал. Когда начальник – женщина. Брать ли супругов и приятелей на работу в фирму. Личное общение. Имена и приветствия. Беседа. Отношения между мужчиной и женщиной на службе. Если работающая женщина ждет ребенка. Дружба на работе. Искусство переговоров. Как проводить совещания и вести себя в конференц-зале. Как вести себя на собрании его участникам. Правила подготовки к проведению переговоров. Протокол при проведении переговоров. Правила размещения участников встречи. Тактика переговоров: основные тактические приемы. Психологические аспекты переговоров. Трактовка взгляда и невербального поведения партнера. Этикет встреч и переговоров. Застольный этикет. Состав приглашенных. Место и время встречи. Как рассаживаться за столом. Застольные манеры. Кто должен платить по счету. Национальный этикет. Основные положения. Язык. Религия. Одежда. Поездки и оплата расходов. Рукопожатия. Курение. Еда. Жестикуляция. Особенности культур различных регионов и стран.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический менеджмент» (Б1.Б.26)

1. Цель дисциплины – изучение методологических основ стратегического управления, овладение практическими навыками разработки базовых стратегий для конкретных объектов управления.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

– владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

Знать:

- основные теории стратегического менеджмента;
- принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- основные направления интегрирования корпоративной социальной ответственности в теорию и практику стратегического управления.

Уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.

Владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.
- **Краткое содержание дисциплины:**

Введение. Предмет курса, системные и аналитические методы, используемые в стратегическом менеджменте. Содержание разделов дисциплины, порядок набора баллов и допуска к экзамену, темы и сроки контрольных работ, требованию к оформлению и содержанию курсовой работы, порядок ее защиты, рекомендуемая для самостоятельного изучения литература. Цели, задачи и место курса в подготовке бакалавра направления Менеджмент. Краткие исторические сведения.

Модуль 1. Теоретические основы стратегического менеджмента: понятие и основные составляющие стратегического управления организацией; анализ среды; миссия, видение, бизнес-идея и цели.

1.1. Понятие «стратегия». Сущность стратегии. Стратегический план.

Понятие «стратегия». Стратегическое планирование – первооснова стратегического управления. Процесс стратегического планирования. Основные виды управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования (распределение ресурсов, адаптация к внешней среде, внутренняя координация, осознание организационных стратегий). Сущность стратегии. Стратегический план.

1.2. Понятие и основные составляющие стратегического управления организацией и стратегического анализа.

Понятие и основные составляющие стратегического управления организацией. Сущность стратегического управления. Различия оперативного и стратегического управлений. Ключевые характеристики управления организацией (миссия, предназначение, преимущественная концентрация внимания менеджмента, учет фактора времени, основные факторы построения систем управления, управление персоналом, оценка эффективности). Основные принципы

стратегического управления. Характерные признаки нестратегического управления. Проблемы и трудности стратегического управления. Общая схема процесса стратегического управления и характеристика его этапов. Стратегический анализ. Состав и содержание работ по проведению стратегического анализа. Составляющие стратегического управления и связь между ними (анализ среды, определение миссии и целей, определение стратегических альтернатив, выбор стратегии, оценка и контроль выполнения). Правила успешной реализации стратегий. Этапы деятельности высшего руководства на стадии реализации стратегий. Основные задачи оценки и контроля выполнения стратегий.

1.3. Окружение организации. Внутренняя среда.

Окружение организации как совокупность двух сред (макроокружение, непосредственное окружение). Внутренняя среда. Уровни среды. Внешнее окружение (мезосреда, макросреда, мегасреда).

1.4. Анализ макроокружения.

Анализ макроокружения (внешней среды или среды косвенного воздействия). Задачи анализа внешней среды. Состав макроокружения, характеристика его составляющих и их влияние на организацию. Компоненты макроокружения (экономическая, правового регулирования, политическая, социальная, технологическая). Взаимовлияние составляющих макроокружения. Степень воздействия компонент макроокружения на организацию. Система отслеживания внешней среды. Способы наблюдения за средой косвенного воздействия. Характерные тенденции (тренды) изменения состояния отдельных факторов внешней среды. Факторы составляющих макроокружения, их характер влияния на организацию, ответные реакции организации. Анализ угроз и возможностей макроокружения. Проблемы развития организации, вытекающие из состояния внешней среды. Примеры анализа макроокружения организации.

1.5. Анализ среды непосредственного окружения. Понятие «отрасль».

Анализ среды непосредственного окружения. Задачи анализа среды непосредственного окружения организации. Понятие «отрасль». Характеристика состояния и перспектив развития отрасли. Технические и экономические характеристики состояния отраслевой рыночной среды. Анализ движущих сил в отрасли. Природа и характер конкурентной среды в отрасли. Анализ отраслевой конкурентной среды (субъекты конкурентной среды, их угрозы, возможности, барьеры на пути вхождения потенциальных пришельцев). Пример общей оценки конкурентной среды в отрасли. Схема проведения стратегического анализа рыночной ситуации. Сила конкурентной борьбы внутри отрасли. Модель Портера пяти сил конкуренции. Интенсивность конкуренции, давление конкурентных сил.

1.6. Анализ конкурентов, поставщиков и покупателей. Входные барьеры. Ключевые факторы успеха.

Основные источники барьеров для входа «пришельцев». Анализ конкурентов и их возможных действий. Стратегические группы конкурентов в отрасли. Карты стратегических групп конкурентов. Построение карт стратегических групп конкурентов. Изменения стратегических групп. Схема исследования конкурентов. Анализ поставщиков. Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика. Характеристики деятельности поставщика. Влияние поставщика на организацию. Анализ покупателей. Характеристики покупателя и его профиль. Факторы, определяющие торговую силу покупателя. Влияние покупателя на силу конкуренции в отрасли. Ключевые факторы успеха. Анализ рынка рабочей силы. Обзор основных факторов непосредственного окружения и их влияния на организацию.

1.7. Внутренняя среда организации. Состав и методы анализа.

Анализ внутренней среды организации. Состав анализа. Набор ключевых внутренних факторов организации и ключевых вопросов. Персонал, кадры. Организационный аспект и организация общего управления. Производственный аспект. Технология и производство. Маркетинговый аспект. Финансы и эккаунтинг. Исследования и разработки. Организационная культура. Совместное рассмотрение результатов анализа потенциала организации и анализа конкурентов. Пример определения относительных преимуществ организации в конкуренции.

Построение профиля конкурентных преимуществ (недостатков). Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации. Пример анализа внутренней среды организации. Сильные и слабые стороны организации.

1.8. Методы анализа сред. SWOT-анализ.

Методы анализа среды. Угрозы и возможности внешней среды. Ранжирование угроз. Метод позиционирования возможностей. Вероятность использования возможностей и реализации угроз. Матрицы возможностей и угроз. Анализ полей матриц. Сильные и слабые стороны организации. SWOT-анализ. Матрица SWOT-анализа. Анализ полей матрицы. Понятия о методах составления профиля среды, критических вопросов, анализа иерархий, разработки сценариев.

1.9. Целевое начало организации. Формулирование миссии.

Понятие «целевое начало». Широкое и узкое понимание миссии. Основные группы людей, интересы которых учитываются при определении предназначения организации (собственники, сотрудники, покупатели, партнеры, местное сообщество, общество в целом); характеристики групп. Влияние основных групп на миссию организации. Факторы, учитывающиеся при выработке миссии. Характеристики организации, отражаемые в расшифровке миссии. Отражение имиджа организации в ее миссии. Цели формулирования миссии. «Неконкретность» миссии. Особенности формулирования миссии.

1.10. Система целей организации и процесс их выработки.

Цели организации. Миссия, как основа целеполагания. Основные временные типы целей. Значимость и функции целей для организации. Особенности долго-, средне- и краткосрочных целей. Ситуационность в выборе набора целей. Основные области (сферы) установления целей. Направления установления целей и показатели. Иерархия целей, декомпозиция, уровни целей. Цели быстрого роста, стабильного роста, сокращения. Перечень и характеристики ключевых требований формулирования целей (достижимость, совместимость, приемлемость, конкретность, гибкость, измеримость). Установление целей. Фазы процесса выработки целей. Ситуационный характер изменения целей. Подход систематически упреждающей корректировки целей.

Модуль 2. Разработка стратегий, их воплощение и контроль реализации.

2.1. Разработка стратегий организации. Правила, как предмет стратегического менеджмента.

Сущность стратегии организации. Два взгляда на понимание стратегии. Определение понятия «стратегия». Главный вопрос, на который отвечают стратегии. Стратегия как направление движения и долгосрочная задача организации. Примеры стратегий первого и второго типов. Правила как предмет стратегического менеджмента.

2.2. Эталонные (базисные) стратегии. Матрица БКГ.

Типы стратегий бизнеса. Характеристика трех основных областей выработки стратегии поведения фирмы на рынке. Базисные (эталонные) стратегии. Стратегии концентрированного роста (первая группа эталонных стратегий - стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта). Стратегии интегрированного роста (вторая группа - стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции). Стратегии диверсифицированного роста (третья группа - стратегии центрированной, горизонтальной и конгломеративной диверсификаций). Факторы, обуславливающие выбор стратегий диверсифицированного роста. Стратегии сокращения (четвертый тип эталонных стратегий - ликвидации, «сбора урожая», сокращения и сокращения расходов). Матрица БКГ. Поля матрицы («знаки вопроса», «звезды», «дойные коровы», «хромые утки»).

2.3. Матрица Томпсона и Стрикланда. Матрица «продукт – рынок». Модель (матрица) «доля рынка – рост рынка». Стратегические единицы бизнеса.

Определение стратегий организации. Уяснение текущей стратегии. Подходы к генерации альтернативных стратегий и их анализ. Анализ внешних и внутренних факторов и портфеля продукции (шаги проведения анализа портфеля продукции). Ключевые факторы выбора стратегии фирмы (сильные стороны отрасли и фирмы, цели фирмы, интересы и отношение высшего руководства, финансовые ресурсы, квалификация работников, обязательства фирмы,

степень зависимости от внешней среды, временной фактор). Матрица Томпсона и Стрикланда. Матрица «продукт-рынок». Модель (матрица) «доля рынка-рост рынка». Стратегические единицы бизнеса (СЕБ). Модель «привлекательность рынка - преимущества в конкуренции». Выбор стратегии и её оценка. Разработка стратегических планов.

2.4. Выбор, реализация и контроль выполнения стратегий.

Выбор, реализация и контроль выполнения стратегий. Стадии выполнения стратегии (установление приоритетности и соответствия, выбор и приведение в соответствие, стратегические изменения). Перестройка организации. Радикальное и умеренное преобразование, обычные изменения. Основные области стратегических изменений.

Модуль 3. Роль и место маркетинга в стратегическом управлении. Стратегия использования человеческого потенциала.

3.1. Стратегия и ее взаимосвязь с организационной культурой и организационной структурой.

Организационная структура (элементарная, функциональная, дивизиональная, матричная, структура на базе стратегических единиц бизнеса). Организационная культура, её составляющие. Первичные и вторичные факторы, определяющие формирование организационной культуры (концепция Шейна). Стратегические изменения в организации, матрица «изменения – сопротивления», стили руководства при разрешении конфликтов. Мобилизация потенциала организации для осуществления стратегии. Организация контроля.

3.2. Концепция продукта в стратегическом менеджменте. Стратегия продукта на отдельных фазах его жизненного цикла.

Концепция продукта в стратегическом менеджменте. Понятие продукта. Основные составляющие продукта. Динамика продукта. Жизненный цикл продукта. Стратегия продукта на отдельных фазах его жизненного цикла.

3.3. Стратегический анализ портфеля продукции. Управление активами

Стратегия создания нового продукта. Стратегия продукта. Стратегия конкуренции. Стратегический анализ портфеля продукции. Модель ДюПон (DuPont Model). Доходность и эффективность управления активами. Коэффициент доходности активов. Инструменты увеличения рентабельности продаж и увеличения объема продаж компании (оборота). Методы достижения оптимального соотношения рентабельности и темпов увеличения оборота. Модель определения доходности собственного капитала: порядок расчета доходности активов, финансового рычага, рентабельности и оборачиваемости активов, интегрированного значения ROE.

3.4. Стратегия использования человеческого потенциала.

Построение взаимодействия человека и организации. Ролевой подход к установлению взаимодействия. Вхождение человека в организацию. Обучение при вхождении. Влияние организации на процесс вхождения. Развитие чувства ответственности, усвоение норм и ценностей организации. Элементы личностных основ поведения человека в организационном окружении (восприятие, критериальная база, индивидуальность). Индивид и группа. Адаптация и изменение поведения человека в организации. Сознательное научение поведению и модификация поведения человека в организации.

4.Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Семинары (С)	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Курсовая работа	**4,31**	86
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		69
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» (Б1.Б.27)

1. Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний о принципах, методах и подходах к организации деятельности компании в области социальной ответственности, формирование практических навыков разработки социальных программ и формирования и распространения открытой отчетности компании в области устойчивого развития.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- основные термины: корпоративная культура, корпоративная социальная ответственность (КСО), открытая отчетность в области устойчивого развития, благотворительность, социальный имидж, социальная и экологическая результативность;
- этапы и особенности развития деятельности компаний в области КСО в мире и в России;
- роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организации;
- методы разработки и проведения результативной социальной корпоративной политики для внешних и внутренних стейкхолдеров;
- международные стандарты КСО, принципы социальной ответственности организации;
- основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний;
- процедуру составления и продвижения открытого отчета в области устойчивого развития.

Уметь:

- анализировать опыт деятельности в области КСО передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования;
- применять некоторые методы и технологии связей с общественностью при организации деятельности компании в области КСО;
- использовать полученные знания для анализа реальных рыночных ситуаций и принятия оптимальных решений в КСО;
- разработать эффективную корпоративную социальную политику для внутренних и внешних стейкхолдеров компании;
- осуществлять профессиональную деятельность с учетом принципов социально-ответственного поведения;
- собирать и анализировать информацию для нефинансового отчета;
- готовить предложения в области КСО, содействующие улучшению имиджа и репутации компании.

Владеть:

- навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность социальной и экологической политик компании;
- навыками разработки и проведения результативной социальной корпоративной политики для внешних и внутренних заинтересованных сторон;

– навыками составления нефинансовой отчетности по стандарту GRI с учетом стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами;
– навыками эффективно информировать различные заинтересованные стороны (например, инвесторов, партнеров, население, органы власти) о КСО компании и результатах социальных и благотворительных программ;
– информацией о лучших современных российских и зарубежных практиках в сфере КСО.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Основные понятия и инструментарий развития корпоративной социальной ответственности (КСО)

Тема 1. История развития корпоративной социальной ответственности, эволюция понятия. Модель «корпоративного эгоизма». Модель «корпоративного альтруизма». Модель «разумного эгоизма». Основные направления и уровни применения.

Основные мотивы и преимущества КСО.

Тема 2. Модели КСО в разных странах. Американская, европейская, британская, канадская модели КСО: сравнительный анализ.

Исторические корни развития КСО в России: меценатство и благотворительность.

Развитие КСО в современной России.

Тема 3. Добровольные инициативы и стандарты в области КСО. Глобальный договор ООН. Социальная хартия российского бизнеса. Руководство по социальной ответственности ISO 26000.

Тема 4. Принципы и основные темы социальной ответственности: права человека, трудовые практики, окружающая среда, добросовестные деловые практики, проблемы, связанные с потребителями, участие в жизни сообществ и их развитие.

Тема 5. Социальное предпринимательство. Понятие. История. Практика.

Социальные инвестиции

Тема 6. Примеры добровольных инициатив и инструментов в области социальной ответственности.

Модуль 2. Открытая отчетность в области устойчивого развития

Тема 1. Виды, мотивы распространения и стандарты открытой отчетности. Глобальная инициатива в области отчётности (GRI). Руководства по отчетности компаний в рамках проекта Carbon Disclosure (CDP).

Тема 2. Принципы открытой отчетности

Тема 3. Структура отчета в области устойчивого развития

Тема 4. Основные этапы подготовки отчета. Выбор показателей результативности.

Тема 5. Обзор лучших практик нефинансовой отчетности российских и международных компаний. Особенности развития открытой отчетности в России.

Тема 6. Управление корпоративной ответственностью и измерение результативности.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**2,53**	**91**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,53	91
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «История экономических учений» (Б1.Б.28)

1.Цель дисциплины – обеспечение теоретической базы профессиональной подготовки бакалавра в области экономических наук на основе изучения основных понятий и концепций экономической теории и институциональной экономики, текущих тенденций развития экономического анализа.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2).

Знать:

- основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;
- этапы становления экономической науки, характер экономических воззрений в докапиталистических обществах, особенности ранних экономико-политических доктрин (меркантилизм) и первых научных школ экономической мысли (физиократия, классическая политическая экономия, историческая школа);
- историю формирования и основные идеи главных направлений современной экономической мысли: марксизма, австрийской школы, неоклассического направления (лозаннской школы, маршаллианства, монетаризма и «новой классики»); кейнсианства; институционализма и эволюционной экономики;
- особенности развития экономической науки в России и вклада российских ученых (М.Туган-Барановского, Н.Кондратьева, Л.Канторовича) в развитие мировой экономической мысли, основные идеи дискуссии по теории планового хозяйства в 20-е гг. XX в.;
- характер и многообразие современного экономического знания, его взаимосвязи с экономической политикой, идеологическими доктринами и национальными культурами;
- связь между предпосылками различных экономических теорий, мерой точности их выводов и областью применимости.

Уметь:

- на основе опыта различных школ экономической мысли анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне;
- ясно формулировать собственную позицию по важнейшим дискуссионным вопросам экономической теории, осознавать идейно-теоретические предпосылки такой позиции.
- ориентироваться в современных идейно-теоретических и экономико-политических дискуссиях, определять место теоретических концепций и экономико-политических доктрин в структуре основных школ и направлений экономической мысли;
- оценивать экономические идеи и экономико-политические доктрины с учетом их идеологических и ценностных предпосылок и сферы применимости.

Владеть:

- понятийным аппаратом истории экономических учений и важнейшими терминами основных школ и направлений экономической мысли;
- методологическими подходами к выбору теоретического инструментария, соответствующего решаемой задаче;
- навыками поиска и использования информации об экономических концепциях в разрезе исторических эпох и направлений (школ) экономической мысли;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Экономическая мысль с древнейших времен до появления политической экономии

Предмет и структура дисциплины. Этапы становления и основные направления экономической мысли. История экономических учений — процесс возникновения, развития, противостояния и смены экономических понятий и концепций в различные исторические эпохи. Структура и периодизация истории экономической мысли. Различие между историей экономической мысли и историей экономических учений. История современной экономической теории — основной раздел истории экономических учений. Этапы становления и основные направления экономической мысли. Анализ совокупности исторических, экономических и социальных факторов, предопределяющих новые вехи и качественные перемены в содержании истории экономических учений. Значение изучения истории экономических учений для овладения основами экономической науки.

Экономическая мысль Древнего мира и средневековья. Возникновение экономической мысли в древнейших цивилизациях. Экономическая мысль Вавилонии, Древнего Китая и Индии. Экономическая мысль в Древней Греции. Ксенофонт, Платон, Аристотель. Особенности экономической мысли Древнего Рима. Экономические представления раннего христианства. Августин Блаженный. Экономические идеи в арабских странах. Хозяйственные предписания Корана. Экономическая мысль в Западной Европе. «Салическая правда», «Капитулярий о виллах». Экономические взгляды Фомы Аквинского. Социально-экономические мотивы средневековых ересей. Экономические представления восточных славян. «Русская правда». Анализ микроэкономики в «Домострое». Экономические идеи поместного дворянства. И.С. Пересветов и Ермолай Еразм. Судебник Ивана III (1497 г.). Денежная реформа Елены Глинской 1533—1535 гг. Возникновение утопического социализма в Англии и в Италии. Экономические воззрения Томаса Мора (1478—1535) и Томазо Кампанеллы (1568—1639).

Экономическая мысль России XVII — начала XVIII вв. Становление «Русской школы». Начало формирования «Русской школы». Политико-экономические взгляды и деятельность думного боярина А.Л. Ордин-Нащокина. Его взгляды на развитие торговли. Создание «Новоторгового устава». Деятельность А.Л. Ордин-Нащокина по укреплению денежного обращения в стране, развитию промышленности и транспорта. Экономическая мысль во времена царствования Петра Великого. Различные оценки деятельности Петра I и этапов его реформ. Специфика экономических воззрений И.Т. Посошкова. Стиль жизни и разнообразие интересов И.Т. Посошкова. Его «Книга о скудости и богатстве» — первый опыт макроэкономического исследования. Размышления о деньгах и участие И.Т. Посошкова в совершенствовании денежного обращения в России.

Меркантилизм и его особенности в разных странах. Меркантилизм—первая школа экономической теории. Две стадии развития меркантилизма. Экономические последствия великих географических открытий. Монетарная система меркантилизма. Система активного платёжного баланса. Первые теории денег. Трактовка богатства. Мануфактурная система меркантилизма. Отношение к торговле. Насаждение мануфактур. Трактовка производительного труда. Подготовка условий перехода к либерализму. Меркантилизм и его особенности в разных странах. У. Стаффорд, Томас Мэн (Англия), кольбертизм, А. Монкретьен (Франция), Ж. де Уцтариц (Испания), Г.Скаруффи, А.Серра (Италия).

Модуль 2. Возникновение классической политэкономии. Марксистская политическая экономия. Формирование неоклассической экономической теории

Возникновение классической политической экономии в Англии и во Франции. Физиократы. Социально-экономическая обстановка возникновения классической политической экономии в Англии. В.Петти и его экономическая теория. Работы «Трактат о налогах и сборах», «Разное о деньгах». Логика исследования. Трактовка стоимости, заработной платы, ренты, процента, цены. Особенности экономического развития Франции в XVII—XVIII вв. Их

отражение во взглядах П.Буагильбера. Общая характеристика физиократизма. Франсуа Кенэ и его концепция «естественного порядка». Экономическая теория физиократов. Анализ воспроизводства в «Экономической таблице» Ф.Кенэ. Историческая роль теории налогов физиократов. Анн Роберт Жак Тюрго. Его работа «Размышление о создании и распределении богатств».

Экономические системы Адама Смита и Давида Рикардо. А. Смит. Творческая биография. Книга «Исследование о природе и причинах богатства народов». Экономическая теория А. Смита. Четыре определения стоимости. Понятие экономического человека. Правило «невидимой руки», понятие естественного порядка. Политика экономического либерализма laissezfaire, laissez passer. Учение о капитале и воспроизводстве. «Догма А. Смита». Учение о налоговой и финансовой политике государства. Учение о производительном и непроизводительном труде. Д. Рикардо - экономист эпохи промышленного переворота. Его работа «Начала политической экономии и налогового обложения». Логика исследования. Теория стоимости. Д. Рикардо о прибыли, заработной плате и земельной ренте. Учение о кредите и деньгах. Теория «сравнительных преимуществ».

Экономическая мысль России XVIII в. Особенности «Русской школы». Становление «Русской школы» в истории экономической мысли. Творческая биография В.Н. Татищева. Трактовка В.Н. Татищевым вопросов торговли, финансов и денежного обращения. Экономические идеи М.В. Ломоносова. Забота М.В. Ломоносова о сильном государстве и об исторических судьбах России. Становление экономического либерализма, рассуждения о причинах изобилия и обогащения государства. Исторические условия формирования экономической мысли XVIII в. Социально-экономические воззрения А.Н. Радищева. Творческая биография. А.Н. Радищев о цене, прибыли и ее источнике. Суждения А.Н. Радищева о деньгах, кредите и проценте. Творческое наследие князя М. Щербатова. Условия зарождения и развития его экономических идей. Судьба творческого наследия. Экономические взгляды М. Щербатова. М.Д. Чулков. Историческое описание российской коммерции. Творческая биография. Издательская деятельность М.Д. Чулкова. Традиционная концепция рыночных отношений в «Русской школе». Первый автор экономической истории России. М.Д. Чулков о развитии внутренней торговли и мануфактур. Творческая биография и экономические взгляды Н.С. Мордвинова. Его суждения о пользе частных банков, развитии мануфактур и необходимости протекционизма.

Экономические теории начала и середины XIX в. в Англии, Франции, Германии и США. Классическая политическая экономия во Франции. Ж.Б. Сэй и Ф. Бастиа. Экономическая теория в Англии. Т.Р. Мальтус, Н. Сениор. Джон Стюарт Милль и его работа «Основы политической экономии и некоторые аспекты их приложения к социальной философии»(1848). Развитие экономической теории в США. Экономические идеи Ч. Кэри. Распространение либерально-экономических концепций в Германии. Старая историческая школа (первая половина XIX века). Трактовка политической экономии как науки о национальном, социальном хозяйстве. Ф. Лист, В. Рошер, К. Книс, Б. Гильдебранд. Работа Ф. Листа «Национальная система политической экономии» (1841). Экономические взгляды К. Маркса. Его труд «Капитал». Экономическая теория К. Маркса. Особенности метода. Анализ капиталистического общества с позиции пролетариата. Творческая биография К. Маркса и Ф. Энгельса. Первые политэкономические работы К. Маркса. Структура и основные проблемы работы «Капитал» (I—IV т.). Учение о прибавочной стоимости. Историческая миссия капитала. Учение о средней прибыли. Схемы расширенного воспроизводства. Роль Ф. Энгельса в издании II и III томов «Капитала». Творческое наследие Ф. Энгельса. Отражение экономических идей К. Маркса и Ф. Энгельса в русской литературе. Первые переводчики «Капитала» К. Маркса на русский язык: Г. Лопатин и Н. Даниельсон.

Экономические взгляды социалистов-утопистов Западной Европы и России. А. Сен-Симон и индустриализм: критика частной собственности, различные концепции распределения дохода. Проект новой индустриальной системы. Ш .Фурье. Утопический социализм в Англии. Р. Оуэн: учение об ассоциации. Идеи крестьянского социализма. «Русская правда» П.И. Пестеля.

Экономические проблемы в произведениях А.И. Герцена и Н.П. Огарева. Творческая биография Н.Г. Чернышевского. Его основные экономические произведения. «Политическая экономия трудящихся». Взгляды Н.Г. Чернышевского на историю экономической мысли. Программы, основные направления и этапы эволюции народничества. Экономические взгляды П.Н. Ткачева. Экономические идеи М.А. Бакунина. Исторические условия формирования мировоззрения П.Л. Лаврова в России. Жизнь в эмиграции. Издание журнала «Вперед!». Работа П.Л. Лаврова «Важнейшие моменты истории мысли». Его роль в истории русской экономической мысли. Экономические взгляды П.Л. Лаврова. Трактовка П.Л. Лавровым роли государства при социализме.

Возникновение неоклассического направления. Предшественники маржинализма. А.О. Курно, И.Г. Тюнен, Г.Г. Госсен. Маржинализм как переоценка ценностей классической политической экономии. Возникновение неоклассического направления. Предшественники маржинализма А.О. Курно, И.Г. Тюнен. Г.Г. Госсен. Творческие биографии и экономические взгляды. Разработка Г.Г. Госсеном основных математических принципов теории предельной полезности. Первый и второй законы Германа Генриха Госсена.. Австрийская школа. Новая историческая школа. Английский вариант теории предельной полезности. Исторические условия возникновения Австрийской школы. Глава Австрийской школы маржинализма К. Менгер. Работа К. Менгера «Основания политической экономии». Человеческие потребности как цель его исследования. Экономическая таблица К. Менгера. Министр торговли Австро-Венгрии барон Фридрих фон Визер. Соединение теории предельной полезности с теорией трех факторов производства. О. Бем-Баверка. Творческая биография: ученый и государственный деятель. Решение проблемы ценообразования без математики. Зависимость цены от субъективных оценок ценности блага. Новая историческая школа (70-е гг. XIX века). Л. Брентано. Отказ от математических принципов исследования. Экономическая социология и нравственный элемент в теории Г. Шмоллера. В. Зомбарт и М. Вебер — представители третьей волны немецкой исторической школы. В. Зомбарт о роли наций в экономической истории. Макс Вебер об общих для всех народов законах экономики и культуры. Английский вариант теории предельной полезности. У.С. Джевонс и его работа «Теория политической экономии» (1871) с математическим обоснованием «последней степени полезности». Кембриджская школа. А. Маршалл. Американская школа маржинализма. Дж. Бейтс Кларк. Второй этап маржиналистской «революции». Кембриджская школа и ее основатель Альфред Маршалл. Его творческая биография и главный труд «Принципы экономической науки» (Принципы политической экономии). Синтез двух экономических направлений. Концепция эластичности. Фактор времени в экономике. Американская школа маржинализма. Дж.Б. Кларк. Теория фирмы. Теория рынков факторов производства. Работы Кларка «Философия богатства» и «Распределение богатства».

Развитие экономической теории в России XIX века. Основные этапы и направления истории русской экономической мысли в XIX веке. Творческая биография М.М. Сперанского. Его взгляды на совершенствование денежного обращения и государственного устройства. Экономические концепции декабристов. Н.И. Тургенев и его книга «Теория налогов». Теория государственного кредита М.Ф. Орлова. Финансово-экономическая мысль середины XIX века. Творческая биография Е.Ф. Канкрина и его экономические взгляды. Проведение Е.Ф. Канкриным денежной реформы. Творческая биография министра финансов М.Х. Рейтерна. Специфика экономических взглядов М.Х.Рейтерна и их эволюция под влиянием обстоятельств. Успехи М.Х. Рейтерна в уменьшении дефицита бюджета. Обоснование экономической программы России в 80-е годы почётным членом Академии наук, министром финансов А.А. Абазой. Предшественники школы русского циклизма. Поиск Н.Я. Данилевским особого пути развития России. Экономические взгляды И.И. Янжула и его творческая биография. Теория государственного социализма. Вопрос о забастовках—новая проблема для России. Теория и история политической экономии. И.В. Вернадский. А.И. Чупров об истории экономических учений и экономической истории. Экономические взгляды С.Ю. Витте. Обоснование денежной реформы. Расхождения в оценке экономической политики с Николаем II и царским окружением. П.А. Столыпин и его концепция модернизации экономики России. Аграрная реформа.

Модуль 3. Всемирная история экономической мысли XX — начала XXI вв.

Тема 15. Американский институционализм в 20—30 годы XX века. Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Митчелл. Исторические условия возникновения и основные положения институционализма. Объект и метод исследования. Понятие «экономический институт» в конкретно-исторической и национально-специфической определенности. Основные направления американского институционализма. Социально-психологический институционализм. Т. Веблен и его работа «Теория праздного класса». Дж. Коммонс. Теория правового институционализма. Исследование рабочего законодательства. У. Митчелл. Конъюнктурно-статистический институционализм. Проблема экономических циклов. Дж. Морис Кларк. Умеренный контроль общества. Английский институционализм. Джон А. Гоббсон.

Джон М. Кейнс и его теоретическая система регулирования экономики. Творческая биография Джона Мейнарда Кейнса. Его книга «Общая теория занятости, процента и денег». Логика исследования. Психологический закон склонности к потреблению и сбережению. Регулирование экономики на основе увеличения эффективного спроса, его составляющие (C+1+G+Xn). Бюджетный и кредитно-денежный механизм регулирования экономической конъюнктуры и уровня занятости. Принцип мультипликатора. Практика дефицитного бюджета. Умеренная инфляция как фактор роста. Теория денег Дж. М. Кейнса. Неокейнсианство и его современная эволюция. Кейнсианство в США. Хансен Э. и Харрис С. - профессора Гарвардского университета. Концепция государственного долга и умеренной инфляции. Особенности кейнсианства во Франции. Ф. Перру и его критика Дж. М. Кейнса. Переход к планированию экономики. Сочетание государственного регулирования с интересами частного капитала. «Неоклассический синтез». Э. Хансен, П. Самуэльсон. Книга Дж. Р.Хикса «Стоимость и капитал». Новаторский вклад в общую теорию равновесия и теорию благосостояния. Модель Хикса - Хансена, характеристика модели IS - LM. Уравнение-диаграмма: СК - ДР = Сбережения для капиталовложений - Денежный рынок Дон Патинкин. Концепция дохода как фактора, который уравнивает совокупный спрос и предложение.

Отечественная экономическая мысль XX века. Ключевые проблемы экономической теории и практики в России на пороге XX века. Социально-экономические взгляды и политическая деятельность М.М. Ковалевского. Научная и политическая деятельность М.И. Туган-Барановского. Система его экономических взглядов. Проблемы экономической теории в трудах В.И. Вернадского (сына). Экономико-математическая школа в России и в СССР. Дореволюционные исследования и работы 20 - 30-х гг. Н.А. Столяров, В.К. Дмитриев. Теория потребительского поведения Е.Е. Слуцкого. Разработка метода линейного программирования Л.В. Канторовича. Экономические платформы партий и общественных движений. Экономические взгляды В.И. Ленина. Вопросы экономической теории в работах Г.В. Плеханова, Н.И. Бухарина. Программа социалистов-революционеров (эсеров). Вопросы собственности и земледелия в трудах В.М. Чернова. Экономические взгляды А.Я. Чаянова. Теория кооперации и трудового крестьянского хозяйства. Экономическая теория Н.Д. Кондратьева. Теория больших волн. Концепция народнохозяйственного планирования и хозяйственного расчета. Н.А. Вознесенский. Экономическая мысль в России второй половины XX в. Создание политической экономии социализма. Дискуссии и реформы 60—80-х гг.

Неоклассическое направление в XX в. Неолиберализм. Неолиберализм 40—50-х гг. Теория социального рыночного хозяйства. В.О. Ойкен. В. Репке. Книга Л. Эрхарда «Благосостояние для всех». Основные положения работы. Предшественники монетаризма. Идеи монетаризма в маржиналистской школе. Викселль Джон Густав Кнут. Его теория распределения. «Эффект Викселля». Ирвинг Фишер - экономист, математик и бизнесмен. Ральф Д. Хоутри. Социально-институциональное направление. Институционализм 50 —60-х годов XX века. Институциональные теории второй половины XX века. Эволюция институционализма. Неформационный подход к развитию человеческой цивилизации в теориях индустриального общества: Р. Арон, Дж. К. Гэлбрейт, У. Ростоу. Концепции индустриального общества Дж. К.Гэлбрейта. Его работа «Новое индустриальное общество». Понятие «техноструктура». Теории постиндустриального информационного общества: Д. Белл, Э. Тоффлер и Р.Л. Хейлбронер.

Работа Э. Тоффлера «Третья волна». Проблема социального контроля над экономикой. Пессимизм в оценке будущего в работах Роберта Хейлбронера. Теория общественного выбора и принятия политических решений: Дж. Бьюкенен и Г. Туллок. Исследование в работах Дж. Бьюкенена (Нобелевская премия по экономике 1986 г.) конституционных основ развития общества в условиях бюджетного дефицита.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**2,45**	**88**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,45	88
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Концепции современного естествознания» (Б1.Б.29)

1. Цель дисциплины – объединить в целостную картину мира гуманитарные и естественнонаучные представления, складывающиеся у студентов в процессе обучения.

Изучение основных принципов естествознания позволяет будущим специалистам-менеджерам воспринять естественнонаучный способ мышления, что развивает гибкость мышления и помогает лучше овладеть собственной профессией.

К другим целям изучения дисциплины следует отнести

- понимание специфики гуманитарного и естественнонаучного компонентов культуры, ее связей с особенностями мышления,
- формирование представлений о ключевых особенностях стратегий естественнонаучного мышления;
- понимание сущности трансдисциплинарных идей и важнейших естественнонаучных концепций, определяющих облик современного естествознания;
- формирование представлений о естественнонаучной картине мира как глобальной модели природы, отражающей целостность и многообразие естественного мира;
- осознание экологических проблем в их связи с основными концепциями естествознания.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Знать:

- основные этапы эволюции естественнонаучных концепций, эволюцию фундаментальных понятий естествознания;
- особенности основных научных картин мира;
- основные уровни и методы научного познания, их взаимосвязь;
- основные уровни организации материи;
- основные принципы системного подхода в биологии;

- основные особенности биологического уровня организации материи;
- основные термодинамические процессы в живой материи;
- принципы воспроизводства живых систем;
- основные механизмы саморегуляции и самоорганизации в экосистемах;
- концепции возникновения жизни на Земле;
- основные положения современной теории эволюции;
- основные этапы возникновение человека и общества;
- принципы универсального эволюционизма;
- основные современные экологические проблемы;
- принципы устойчивого развития.

Уметь:

- четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения;
- использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности;
- базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности.

Владеть:

- навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений;
- навыками системного подхода к решению профессиональных задач.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира

1.1. Естествознание: понятие и структура предмета. История естествознания. Понятие научной картины мира. Эволюция научных картин мира.

1.2. Наука как общественное явление. Научное знание и научный метод. Отличие науки от других форм аккумуляции знаний. Критерии научного знания. Структура научного знания. Уровни, формы и методы научного познания. Структуры научных революций.

1.3. Наука и образование. Проблема «двух культур». Язык как средство познания. Формирование единого языка научного общения.

Модуль 2. Панорама современного естествознания

2.1. Структурные уровни и системная организация материи. Микро-, макро-, мегамиры.

2.2. Физическая картина мира.

Развитие представлений о материи, движении, взаимодействии. Порядок и беспорядок в природе: динамические и статистические закономерности в природе. Концепции квантовой механики. Принцип возрастания энтропии. Закономерности самоорганизации. Принципы универсального эволюционизма. Пространство, время, симметрия: принципы симметрии, законы сохранения. Эволюция представлений о пространстве и времени. Специальная теория относительности и общая теория относительности.

2.3. Космология (мегамир).

Астрономическая картина мира. Особенности астрономии XX-XXI веков. Солнечная система: состав, происхождение. Множественность планетных систем. Звезды: характеристики, рождение и эволюция. Галактики. Рождение и эволюция Вселенной.

2.4. Биологическая картина мира.

2.4.1. Системный подход в биологии. Особенности биологического уровня организации материи. Биологическая систематика.

2.4.2. Термодинамические процессы в живой материи. Фотосинтез и дыхание. Принципы воспроизводства живых систем. Саморегуляция и самоорганизация в экосистемах.

2.4.3. Основные черты биологической современной науки. Современная биотехнология и сферы ее применения.

2.4.4. Возникновение жизни на Земле. Абиогенез. Панспермия. Теория гиперциклов. Геохимический подход.

2.4.5. Эволюционная биология. Возникновение и развитие эволюционной биологии. Дарвиновская теории эволюции. Теория наследственности Грегора Менделя. Синтетическая теория эволюции.

Модуль 3. Биосфера и человек

3.1. Возникновение человека и общества. Антропосоциогенез.

Зарождение научной теории. Учение Чарльза Дарвина. Симиальная теория происхождения человека. Основные этапы эволюции человека. Роль возникновения труда в формировании человека. Становление социальных отношений. Разделение труда. Завершение антропосоциогенеза. Генезис сознания и языка.

3.2. Совместная эволюция человека и биосферы.

Биосфера как живая саморегулирующаяся система и учение В.И. Вернадского о биосфере и ноосфере. Принципы универсального эволюционизма. Динамика человеческой популяции. Развитие и ресурсы.

3.3. Антропогенное воздействие на окружающую среду и устойчивое развитие. Изменение климата и Киотский протокол.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**3,45**	**124**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,45	124
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы принятия управленческих решений» (Б1.В.ОД.1)

1. Цель дисциплины – дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, сформировать умения и навыки работы в условиях рыночной экономики, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к рыночным реалиям деятельности современных организаций и оптимизировать их деятельность, опираясь на последние достижения и передовой опыт в области разработки и принятия управленческих решений.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области подготовки, принятия и реализации управленческих решений и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) и общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять

мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

Знать:

- порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций;
- основы организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений;
- классификации и типологии управленческих решений;
- технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений;
- основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений;
- степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений;
- тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений;
- источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений;
- основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений.

Уметь:

- определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений;
- определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений;
- использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации;
- рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений;
- использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений;

Владеть:

- навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений;
- методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений;
- методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.

3. Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Историко-теоретические аспекты науки об правлении и управленческих решениях

Возникновение науки об управлении. Субъект и объект управления. Взгляды на управление в Др. Египте, Др. Греции, Италии, России.

Наука об управлении, основные школы и направления.

Классификация организационно-управленческих принципов: общие исходные (базисные) принципы; принципы статического состояния организации (наивысшего приоритета цели, приоритета функций над структурой и субъекта управления над объектом); принципы динамического состояния организации (наивысшего приоритета персонала, приоритета структур над функциями, объекта управления над субъектом); принципы рационализации.

Основные этапы (процедуры) преобразований. Взаимосвязь основных этапов (процедур) рационализации. Уровни управления: высший, средний и низший. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.

Функции менеджмента (управления): маркетинг, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, инновация, анализ и учет, делегирование, принятие решений, контроль, регулирование (корректирование).

Основные подходы в менеджменте: системный, функциональный, административный, ситуационный, количественный, процессный.

Подсистемы менеджмента: целевая, обеспечивающая, функциональная, управляющая.

Тема 2. Управленческие решения в системе управления

Роль и место управленческих решений в процессах управления организацией: основные понятия курса. Значение и функции управленческого решения. Взгляды специалистов в области управления Г. Саймона, Ф. Харрисона, О.С. Виханского, А.И. Наумова, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, В.Н. Цыгичко и др.

Функции управленческого решения: стратегическая (направляющая), координирующая и мотивирующая.

Процесс управления и управленческие решения. Управленческое решение как: элемент множества возможных альтернатив; нормативный документ, регламентирующий деятельность системы управления; устные или письменные распоряжения о необходимости выполнения конкретного действия, операции, процесса; регламентируемая последовательность действий для достижения поставленной цели; нечто, отражающее осуществление поставленной цели (материальный объект, число, показатель и др.); реакция на раздражитель.

Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах.

Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.

Основные аспекты управленческих решений: экономический, организационный, психологический. Особенности мышления ЛПР.

Структура управленческого решения. Требования к управленческим решениям и условия их достижения.

Тема 3. Процесс подготовки и принятия управленческих решений

Модель процесса подготовки и принятия управленческих решений. Процесс принятия решений (ППР) как осуществление анализа важнейшей информации и выбор наиболее эффективного варианта из множества альтернатив.

Виды деятельности в ППР: нахождение причины принятия решения; нахождение возможных курсов действий; выбор среди этих курсов одного, наилучшего.

Факторы, влияющие на процесс принятия УР: технические, организационные, экономические, социальные, психологические и другие.

Два уровня принятия решения в организации. Блок-схема технологии разработки и организации выполнения управленческих решений. Традиционная схема разработки и реализации управленческих решений.

Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов.

Процесс принятия и реализации решений включает этапы: I - Анализ проблемной ситуации. II - Формулировка и обоснование проблемы. III - Сбор и анализ дополнительных данных для уточнения поставленной задачи и точная формулировка задачи. IV - Разработка возможных вариантов (альтернатив) решения задачи. V - Выбор окончательного варианта решения (сопоставление вариантов по критерию эффективности). VI - Разработка плана реализации решения. VII - Доведение до исполнителей (разъяснение, обучение, мотивация). VIII - Контроль и регулирование. IX - Внесение необходимых корректив в решение. X - Подведение итогов и накопление опыта.

Классификационное «дерево» задачи принятия решения (ЗПР) и методов их решения. Факторы, ограничивающие возможность выбора способов действий: экономические (ресурсы); технические, непосредственно связанные с инженерным анализом и выработкой требований к техническим характеристикам объектов (габариты, прочность, надежность, точность и т.д.); социальные.

Качественные критерии эффективности: качественный состав работников, авторитет руководителя, качество продукции. Формы разработки и реализации управленческих решений. Соотношение форм разработки и реализации управленческих решений.

Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).

Тема 4. Классификация и типология управленческих решений

Классификация управленческих решений по Ю.А. Тихомирову. Особенности разработки управленческих решений в классификации В.С. Юкаевой: по источнику возникновения; по способу доведения; по субъекту, принимающему решения; по степени новизны (уникальности); по наличию информации; по методам разработки; по целевой направленности; по функциональному признаку (содержанию); решения по периодам действия.

Новые классификационные признаки в классификации управленческих решений (В.В. Ременников): степень повторяемости проблемы, значимость цели, прогнозируемые последствия и другие.

Восемь классификационных признаков в классификации УР О.Т. Лебедева и А.Р. Каньковской.

Классификация управленческих решений по Э.А. Смирнову, Р.А. Фатхутдинову.

Виды УР: уравновешенные, импульсивные, инертные, рискованные, осторожные решения. Стандартные, бинарные, многоальтернативные, инновационные решения.

Типология управленческих решений. Типология как научный метод, в основе которого расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Формы, используемые типологией: тип, классификация, систематика.

Типы управленческих решений в зависимости от характера проблем и методов их разрешения: по степени формализации проблемы; по используемым методам; по творческому вкладу.

Четыре уровня решений в зависимости от творческого вклада менеджеров в их разработку: рутинные решения; селективные решения; адаптационные решения; инновационные решения.

Тема 5. Стратегия формирования решений

Причины возникновения проблемных ситуаций: внешние и внутренние.

Внешние проблемы: проблемы, возникающие в связи с развитием международного сотрудничества; изменение ситуации на фондовых рынках; изменение налоговой политики государства; изменение условий инвестиционной деятельности; появление новых технологий производства продукции; изменение ситуации на рынках сбыта.

Внутренние проблемы: обеспечение подразделений необходимыми ресурсами; обеспечение необходимого уровня рентабельности производства; организация эффективного взаимодействия функциональных подразделений для решения стоящих перед организацией задач; реструктуризация организации; внедрение системы управления качеством продукции и т.д.

Свойства проблем: если это проблема, то ее обязательно следует решать; неповторимость ситуации выбора; наличие трудностей при рассмотрении альтернатив решения проблемы; неопределенность последствий принятия решения; необходимость учета множества факторов; присутствие человеческого фактора, а, следовательно, возможность проявления, субъективной аргументации по поводу выбора решений.

Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.

Механизм управления процессом решения проблем: предвидение проблемы; выявление проблемы; диагностика проблемы; систематизация и классификация проблем; выработка альтернативных вариантов управленческих решений; собственно, принятие управленческого решения; реализация принятых управленческих решений; контроль реализации управленческих решений.

Подходы к выработке управленческого решения. Процесс решения комплексной проблемы улучшения деятельности. Процесс нахождения принципиально нового решения: сущность и различия.

Приведение ситуаций к типовым задачам управления. Приемы для принятия решений в различных ситуациях: обращение к «эмпирическому правилу»; обращение к системе категорий; пренебрежение малозначащими величинами; приспособление к ближайшему горизонту планирования.

Формализация задачи принятия решений (ЗПР) и виды представления ситуации.

Тема 6. Методологические основы управленческих решений

Системный подход к разработке управленческих решений. Диалектика - искусство вести и добиваться истины путем: столкновения противоположных мнений; раскрытия и преодоления противоречий в доводах противника.

Современная трактовка диалектического метода. Диапазон действия управленческого решения. Процедуры для реализации системного подхода при разработке и реализации управленческих решений: Выделение приоритетных и второстепенных элементов или процессов при разработке управленческих решений.

Согласование и корректировка элементов и их приоритетов, необходимых для разработки УР. Приближение процесса решения проблемных ситуаций к источникам информации об их возникновении и развитии.

Взаимосвязь типов управленческого процесса и УР. Взаимосвязи и взаимозависимость целей организации: противоречивость, комплементарность, иерархичность, индифферентность, конкурирующие цели.

Миссия как основная общая цель организации, причина ее существования.

Цели, стоящие перед организацией, определяются системой ценностей высшего руководства, миссией организации и реальными условиями ее функционирования.

Особенности целей (по масштабности, содержанию, временному признаку, объему затрат, ресурсоемкости и др.) диктуют способ их достижения.

Взаимосвязь целей и решений. Типы и методы решений для достижения разных видов целей.

Метод принятия решений «по оценке количественных показателей». Решение с двумя альтернативами. Рейтинговая система. Метод выбора решений, предложенный Б. Франклином.

Выбор вариантов управленческих решений: основные признаки.

Этапы правильного выбора при наличии нескольких альтернатив. Анализ альтернатив при разработке управленческих решений. Суждения о предпочтительности альтернатив выносится по результатам их сравнения или оценки.

Эксперимент как метод выбора альтернативы. Решения предполагающие определенную апробацию.

Критерии оценки решения: эффективность, фактор времени; ограничение - степень риска.

Модели принятия решений (влияние субъективного фактора): рациональная, ограниченно рациональная (личностно-ограниченная рациональность и организационно-ограниченная рациональность) и политическая.

Коллективное творчество при разработке и выборе решений: преимущества.

Определение относительной ценности альтернативных вариантов решений.

Тема 7. Методы разработки управленческих решений

Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).

Виды реакции менеджера при необходимости исправить положение. Ошибка менеджеров в путанице с симптомами, причинами и следствиями.

Процесс формирования причинно-следственной цепи. Факторы, порождающие нежелательные результаты.

Аналитические, статистические и математические методы. Неформальные (эвристические) методы. Три части эвристического метода. Метод сценариев.

Активизирующие методы: методы психологической активизации; методы подключения новых интеллектуальных источников.

Психологические методы: конференции идей; методы мозговой атаки; методы вопросов и ответов.

Методы подключения новых интеллектуальных источников: теоретико-игровой метод; метод наставничества; работа с консультантами.

Метод «дерева» решений. «Дерево» решений – это схематичное представление проблемы принятия решений. Общая идея метода «дерева» решений.

«Дерево» решений под любые ситуации: простые и сложные.

Тема 8. Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР

Теории сетевых методов планирования и управления.

Построение графических моделей управляемых систем на основе линейных календарных планов или ленточных диаграмм Генри Гантта. Основные недостатки диаграмм Г. Гантта и других ленточных графиков.

Измененная система PERT, получившая в России название системы СПУ (сетевое планирование и управление). Система СПУ и ее особенности. СПУ - это системы планирования комплекса работ, ориентированные на достижение конечной цели в установленные сроки.

СПУ - как метод кибернетического подхода к управлению сложными динамическими системами с целью обеспечения определенных оптимальных показателей. Показатели: минимальное время выполнения всего комплекса работ; минимальная стоимость комплекса работ; максимальная экономия ресурсов и т.д.

Достоинства и недостатки системы сетевого планирования и управления.

Основные понятия и определения в СПУ. Сетевой график (сетевая модель, «сеть»). Граф. Путь. Ребра.

В сетевом графике три основных понятия: работа, событие и путь.

Работа и фиктивная работа. Событие как результат произведенных работ.

Элементы сетевого графика (схемы). Правила изображения взаимосвязи кружков и стрелок, являющихся графическими символами сетевой модели.

Длина пути как сумма продолжительности лежащих на нем работ.

Расчет параметров сетевого графика (сетевой модели) для принятия управленческих решений. Формирование временных оценок. Корректировка и оптимизация сетевых графиков. Корректировка сети по критерию «время».

Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками.

Корректировка сети по критерию «людские ресурсы».

Тема 9. Экспертные методы принятия решения

Роль и значение экспертных оценок в процессе разработки УР. Формирование экспертной комиссии.

Направления применения экспертных оценок: Определение целей. Экспертный прогноз. Сценарии ожидаемого развития ситуации. Генерирование альтернативных вариантов. Определение рейтингов. Оценочные системы. Принятие коллективных решений.

Особенности коллективной экспертизы. Свойства коллективных решений.

Сущность и особенности метода экспертных оценок. Функции экспертов.

Типовые задачи, решаемые методом экспертных оценок. Разновидности метода экспертных оценок. Проблемы при использовании метода экспертных оценок.

Подбор экспертов и формирование экспертных групп: проблемы достоверности и затрат. Характеристики экспертов и группы экспертов. Характеристики экспертов с точки зрения оценки качества решения проблемы.

Зависимость достоверности экспертного оценивания от количества экспертов для задач первого и второго класса.

Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы. Виды коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.

Причины, снижающие точность экспертных оценок.

Тема 10. Методы прогнозирования в задачах принятия решений

Понятие прогноза, назначение прогноза, типология прогнозов. Основные сферы прогнозирования.

Прогнозирование, прогноз, научное и ненаучное предвидение (интуитивное, обыденное, религиозное).

Объекты прогнозирования. Цель и назначение прогноза.

Основные задачи, решаемые на основе прогнозной информации. Принципы научно-технического прогнозирования:

Источники исходной информации для прогнозирования.

Критерии типологии прогнозов: в зависимости от целей, задач, объектов, предметов, проблем, характера, периода упреждения, методов, организации прогнозирования и т.д.

Типология прогнозов: по проблемно-целевому признаку; по временному признаку; по объекту прогнозирования; по способам представления результатов; по способам разработки прогнозов.

Методы разработки прогнозов: пассивный и целевой (активный).

Методы прогнозирования: количественные, качественные и неформальные.

Методы экстраполяции (проецированием тренда).

Математические методы прогнозирования.

Модификации метода экспертных оценок: Метод индивидуальной экспертной оценки; психоинтеллектуальной генерации идей; интервью; коллективной экспертной оценки; матричный; Дельфийский; коллективной генерации идей (метод «мозговой» атаки); аналитический; эвристического прогнозирования; построения прогнозного сценария; морфологический анализ; историко-логический анализ и др.

Вербальная информация, письменная информация и промышленный шпионаж.

Компоненты, влияющие на выбор метода прогнозирования. Прогнозирование на основе экспертных оценок. Процесс уточнения групповой оценки.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория организации» (Б1.В.ОД.2)

1. Цель дисциплины – состоит в обеспечении студентов основами знаний о принципах, законах и закономерностях возникновения организации как явления, её эволюции, механизмов функционирования, взаимодействия её частей и элементов между собой, а также с внешней средой для достижения намеченных и/или проектирования новых целей.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Знать:

- основные законы и принципы функционирования и развития организаций;
- методологические основы организационного управления и аудита;
- вопросы развития организаторской и организационно-управленческой мысли;
- методологию исследования организации как системы, в том числе закономерности функционирования, возникновения, развития и проектирования организационных систем;
- основы функционирования организации, особенно проблемы взаимодействия организации и управления в современных условиях рыночной экономики;
- современные тенденции развития организаций;
- элементы и свойства организационной культуры;
- строение и функционирование организации на всех уровнях;
- концептуальные основы организационной деятельности и процессы взаимодействия человека и организации;
- принципы рационализации деятельности организации.

Уметь:

- анализировать организационные системы с позиций теории организации;
- применять принципы построения и проектирования организационных систем;
- разрабатывать концепции, реализующие организационные резервы развития и совершенствования систем управления организациями.

Владеть:

- методами построения и формирования деятельности организации на всех уровнях;
- принципами рационализации деятельности организации;
- методами организационного аудита.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Теория организации и её место в системе научных знаний.

Объект, предмет и метод теории организации. Место теории организации в системе управленческих наук. Функции теории организации. Основные направления развития теории организации.

Тема 2. Природа и сущность организации.

Определение понятия организации. Организационные отношения. Организационные связи. Организация как явление и как процесс. Организация как система. Организация как открытая система. Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации. Жизненный цикл

организации. Организация как самоорганизующаяся система. Организованность. Плановое и контролируемое целеполагание. Универсальный и объективный характер организации. Роль А.А. Богданова в разработке организационной науки. Организация как устойчивая система отношений. Формальные и неформальные организации. Модель организации, опирающаяся на ключевые компетенции организации.

Тема 3. Разновидности организаций.

Социальная организация. Классификация социальных организаций по правовому статусу. Хозяйственные организации. Классификация хозяйственных организаций. Единичные организационные формы компаний. Групповые организационные формы компаний.

Тема 4. Организационная культура.

Понятие, элементы и свойства организационной культуры. Взаимосвязь организационного поведения и организационной культуры. Организационная культура как явление и как процесс. Функции организационной культуры. Типология организационных культур. Модели ценностей Г. Хофстеде. Типологии организационных культур У. Ноймана, Р. Льюса. Трансформация организационной культуры. Управление организационной культурой. Организационная культура личности. Современная организационная культура России.

Тема 5. Организация и управление.

Система управления организацией. Три инструмента управления. Менеджмент и управление. Маркетинг как интеграционная функция менеджмента. Менеджер и предприниматель. Классификация менеджеров. Разработка системы управления организацией. Подсистемы и элементы системы управления. Взаимосвязь элементов системы управления. Цели организации. Технологии. Потребности. Эффективность и результативность. Контролируемая деятельность. Функциональная и управленческая структура организации.

Тема 6. Организационные структуры.

Центральные стратегические вопросы. Понятие организационной структуры. Формирование организационной структуры управления. Звено управления. Горизонтальные и вертикальные связи. Линейные и функциональные связи. Бюрократическая организация. Линейные, функциональные, линейно-функциональные, дивизиональные структуры. Смешанные структуры. Органические организации. Проектные и матричные структуры. Организации конгломератного типа. Деструктурированные организации. Сетевые структуры. Аутсорсинг.

Тема 7. Бизнес процессы в организационных системах.

Суть и состав бизнес-процессов, формируемых или происходящих в компании. Организация как совокупность различных потоков работ – бизнес-процессов. Внешние входы и выходы. Бизнес-процессов первого, второго, третьего и т.д. порядков. Основные и вспомогательных бизнес-процессы. Формирование новой концепции организации. Сущность концепции управления на основе бизнес-процессов.

Тема 8. Система законов организации.

Зависимости, законы и закономерности. Законы организации и законы для организации. Точки зрения на классификацию законов организации. Общие или универсальные (основополагающие и фоновые). Законы социальных организаций – специфические законы организации. Общие, частные и специфические законы организации. Закон синергии. Положительная и отрицательная обратные связи. Синергетическое и кибернетическое управление. Признаки достижения синергии в организации. Закон самосохранения. Потенциал созидания. Потенциал разрушения. Внешние и внутренние факторы воздействия. Закон сосуществования противоположностей. Закон соразмерности. Закон композиции. Закон сознательной координации. Закон онтогенеза. Закон развития. Формы развития. Эволюционное и революционное развитие. Точка бифуркации. Модель А. Дауна. Модель Л. Грейнера. Модель У. Торберта. Модель Д. Каца и Р. Кана. Модель И. Адизеса. Закон соответствия разнообразия управляющей системы разнообразию управляемого объекта. Закон приоритета целого над частью. Закон учёта системы потребностей. Частные законы организации: закон непрерывности, ритмичности в движении производственных фондов; закон состязательности кадров управления. Суть анализа и синтеза. Понятие эмерджентности. Специфические законы организации: закон

информированности-упорядоченности; закон единства анализа и синтеза; закон пропорциональности и композиции; закон дифференциации и универсализации функций; закон своеобразия; закон социальной гармонии, закон оптимальной загрузки, закон эффективного восприятия и запоминания информации.

Тема 9. Принципы статической и динамической организации.

Понятие «принцип». Структурные принципы, принципы процесса, принципы конечного результата. Общие принципы организации и их характеристика. Принцип обратной связи. Отрицательная и положительная обратные связи. Системы управления. Кибернетическое и синергетическое управление. Принцип развития. Прогрессивное и регрессивное развитие. Принцип соревновательности, конкуренции. Принцип дополнительности. Принцип соответствия целей и ресурсов. Программно-целевая технология процесса производства и разработки решений. Принцип соответствия распорядительства и подчинения. Принцип соответствия эффективности производства и экономичности. Принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации производства и управления. «Синдром большого бизнеса». Принцип прямоточности. Принцип ритмичности. Принцип синхронизации (системный принцип). Частные и ситуационные принципы организации. Статика и динамика организационных систем. Стагнация. Статическое состояние. Динамическая группа. Принципы статистического состояния организации: принцип приоритета цели; принцип приоритета функций над структурой; принцип приоритета субъекта управления над объектом. Принципы динамического состояния организации: принцип приоритета персонала; принцип приоритета структур над функциями; принцип приоритета объекта управления над субъектом.

Тема 10. Субъекты и объекты организаторской деятельности.

Процессы и явления организаторской деятельности. Источник управляющего воздействия, Лицо, принимающее решения. Коллективный и единоличный субъекты организаторской деятельности. Приёмник и исполнитель управляющего воздействия. Субъекты организаторской деятельности на уровне государственного управления в РФ. Положения и инструкции, определяющие виды организаторской деятельности субъектов управления компании. Объекты организаторской деятельности.

Тема 11. Принципы рационализации.

Цель рационализации деятельности организации. Технология выполнения операций рационализации. Этапы процесса рационализации. Принцип последовательного подключения. Три типа организации мыслительной деятельности человека: рациональное, иррациональное и сенсуальное. Принцип всесторонности входной информации. Принцип всесторонности рекомендаций по рационализации компаний. Принцип внутренней рационализации.

Тема 12. Организационный аудит.

Внешняя и внутренняя контрольная деятельность в компании. Общие сведения об аудите. Классификация аудита (отрасли, подотрасли, направления). Понятие о функциональном, комплексном, системном аудите. Состав функционального аудита. Технологический аудит. Экономический аудит. Правовой аудит, Социальный аудит. Организационный аудит (ОА) и его особенности. Варианты комплексного ОА. Основные принципы ОА: выделение главного, соответствия, энциклопедичности, полноты, системности, централизации учета, стандартизации, своевременности, эластичности, планирования, координации, включения. Международная и Российская системы стандартизации аудита и учета на элементы системы управления организацией. Структура международного стандарта на систему управления организацией. Технология проведения ОА. Структура процесса ОА. Схема и содержание этапов процесса ОА. Основные принципы формирования процесса ОА.

Тема 13. Проектирование организационных систем.

Организационная система. Механизм проектирования организационных систем. Механизм внутреннего функционирования. Механизм отношений с внешней средой. Исследование внешней среды. Планирование. Выбор стратегии. Переход от целей организации к её структуре. Принцип последовательности. Принцип параллельности. Процесс проектирования организационных систем. Механистический подход к проектированию организаций.

Органический подход к проектированию организаций. Методы проектирования: метод аналогий, экспертно-аналитический метод, метод структуризации целей, метод организационного моделирования. Этапы создания компании. Документы, регламентирующие создание, регистрацию и деятельность компаний.

Тема 14. Развитие организаторской и организационно-управленческой мысли.

Историческое развитие организационной науки. Развитие организационной мысли в России.

Тема 15. Современные тенденции развития организации.

Основные направления модификации организационных структур. Децентрализация производственных и сбытовых операций. Дебюрократизация. Инновационная деятельность. Поиск новых рынков. Изменения в ресурсах организации. Новые модели управления организацией: организация, ориентированная на предвидение; интегрированная организация с перекрещивающимися функциями; упрощённая и уполномоченная организация; глобальная организация; сетевая организация, организация, ориентированная на сетевые технологии; организация, ориентированная на акционера; гибкие, адаптивные и обучающиеся организации; организация, движимая клиентом; организация, ориентированная на добавленную стоимость и на всеобъемлющее качество; организация, ускоряющая выход продукции; инновационная организация; горизонтальные корпорации.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Антикризисное управление» (Б1.В.ОД.3)

1. Цель дисциплины - получение студентами теоретических знаний о современных концепциях антикризисного управления организацией, функционирующей в условиях рыночной экономики. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области источников, причин и проявлений кризисов во всем разнообразии взаимосвязанных тенденций развития организации.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

Знать:

- принципы и методы анализа кризисных ситуаций в организации;
- взаимосвязь антикризисного менеджмента с теорией макро- и микроэкономики, инновационным, маркетинговым, финансовым и стратегическим менеджментами, общей теорией систем и исследованием систем управления.

Уметь:

- принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий;
- применять методы и инструментарий антикризисного управления

Владеть:

- нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства;
- инструментами антикризисного управления;
- методами экономического и финансового анализа.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Кризисы в социально-экономическом развитии

1. Концепция антикризисного менеджмента.

Антикризисное управление как тип управления. Ключевые проблемы антикризисного управления: методологические, организационно-правовые и социально-психологические проблемы. Предмет, функции и методы антикризисного управления. Взаимодействие курса антикризисного управления с другими учебными дисциплинами.

2. Кризисы как фактор жизнедеятельности природных и социальных систем.

Стихийные явления в природе и обществе. Кризис как разновидность стихийных процессов и катастроф. Объективный характер кризисов и их роль в жизнедеятельности различных типов систем. Возможности своевременного распознавания кризисов. Информационная функция кризиса. Оздоровительный характер кризиса. Разрушительная направленность кризиса. Понятие кризиса социально-экономической системы. Типология кризисов. Причины кризисов. Кризис и саморегулирование. Влияние кризиса на эффективность управления на макро - и микроуровне.

3. Цикличность социально-экономического развития. Особенности и виды экономических кризисов.

Кризисы на различных стадиях жизненного цикла организации. Причины возникновения кризисов и методы их диагностики. Этапы и последствия кризисов в организации. Потребность в антикризисном управлении и его виды: риск-менеджмент, реинжиниринг, реструктуризация, бенчмаркетинг и др. История мировых экономических кризисов. Особенности современных экономических циклов.

4. Субъекты антикризисного менеджмента.

Участники процедуры банкротства неплатежеспособного предприятия: собственники (учредители, акционеры), руководители и работники предприятия-должника, его кредиторы, арбитражный управляющий.

Антикризисный менеджер и арбитражный управляющий – ключевые фигуры антикризисного управления.

Специализированная управляющая компания по арбитражному управлению неплатежеспособными предприятиями.

Модуль 2. Механизмы антикризисного управления

2. 5. Механизм государственного регулирования кризисных ситуаций.

Роль государства в антикризисном управлении. Теории развития экономических систем и подходы к государственному регулированию экономических циклов. Формы воздействия государства на экономическую систему и виды государственного регулирования кризисных ситуаций.

Угрозы экономической безопасности России. Государственное антикризисное регулирование в РФ. Виды государственной поддержки неплатежеспособных предприятий. Совершенствование правовой базы государственного регулирования кризисов. Объединение усилий федеральных, региональных и муниципальных органов власти в предотвращении кризисов и поиске путей выхода из них.

2.6. Содержание и принципы диагностики объектов антикризисного управления

Диагностика производственной, финансовой, социальной, организационно-правовой, технологической и инновационной подсистем.

Принципы диагностики: объективность, конкретность, единство ситуационного и стратегического подхода, системность, профессионализм, единство количественного и качественного подходов.

Диагностика портфеля ценных бумаг. Оценка общественного имиджа ценных бумаг и инвестиционных рисков.

2. 7. Анализ социально-экономического состояния предкризисной фирмы.

Понятие анализа и его функции. Оценка прибыли фирмы и анализ ее первичного распределения.

Уровень развития данной отрасли, рыночная конъюнктура в конкретном секторе производства, к которому относится фирма. Доступность сырья и длительность производственного цикла.

Стадия жизненного цикла, на котором находится фирма, уровень ее специализации, качество выпускаемой продукции. Инновационные возможности. Колебания платежеспособного спроса на продукцию фирмы.

2. 8. Финансовый анализ кризисного предприятия.

Классификация факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия. Анализ платежеспособности, финансовой устойчивости и эффективности использования активов предприятия. Прогнозирование несостоятельности предприятий: модели Альтмана, Спрингейта, Фулмера. Пути повышения ликвидности предприятия.

Деятельность антикризисного менеджера по улучшению финансового состояния предприятия. Разработка и принятие оптимальных финансовых решений. Комплекс мер по защите от риска при управлении потоками финансов: профилактические, регулирующие мероприятия, страхование кредита, аналитические исследования.

2. 9. Организационно-правовой анализ состояния предприятия.

Организационно-управленческая структура и ее уровни. Разделение полномочий и ответственности. Наличие дублирования. Затраты на аппарат управления. Технология сбора, обработки, хранения и передачи управленческой информации.

Штатная укомплектованность. Квалификация и профессионализм персонала. Соответствие инструкций, правил, распорядка соответствующим законодательным актам.

Правовое регулирование коммерческой тайны. Безопасность предприятия и меры по ее укреплению.

2. 10. Маркетинговый анализ отрасли и предприятия.

Комплексное изучение и прогнозирование рынка и его требований. Реальная оценка производственно-сбытовых, экспортных и иных возможностей предприятия.

Оценка стратегии маркетинговой деятельности. Состояние планирования товарной политики, формирования спроса и стимулирования сбыта. Оценка воздействия фирмы на рынок, на формирование его потребностей. Оценка влияния рекламных мер фирмы на спрос и формирование потребностей населения.

2. 11. Методы оценки бизнеса.

Федеральный закон «Об оценочной деятельности» - правовая основа оценочной деятельности в РФ. Переход от государственного регулирования оценочной деятельности к саморегулированию.

Принципы и этапы процесса оценки. Объекты оценки и виды их стоимости. Подходы и методы оценки стоимости предприятия и его активов: метод отраслевых коэффициентов, сравнительный, затратный, доходный и имущественный подходы. Особенности оценки стоимости недвижимости, машин и оборудования, а также нематериальных активов и финансовых вложений предприятия.

2.12. Банкротство и ликвидация предприятий

Банкротство как институт рыночного хозяйства и метод структурной перестройки экономики. Основные положения федерального закона «О банкротстве (несостоятельности)».

Система банкротства, его цели и принципы. Признаки банкротства предприятия. Роль арбитражного суда и службы судебных приставов в процессе банкротства неплатежеспособных предприятий. Досудебная санация и особенности ее проведения. Этапы арбитражного управления неплатежеспособными предприятиями: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление и конкурсное производство. Организационно-правовые аспекты деятельности арбитражного управляющего на различных этапах процедуры банкротства. Продажа и ликвидация несостоятельного предприятия.

Роль ЦБ РФ и Агентства по страхованию вкладов в регулировании и антикризисном управлении банковской системы. Основные положения федерального закона «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ». Система страхования вкладов и ее участники. Особенности процедуры банкротства банков.

Модуль 3. Стратегия и тактика антикризисного управления

3. 13. Стратегия антикризисного менеджмента.

Содержание и цели стратегии антикризисного управления. Взаимодействие стратегического, среднесрочного и текущего планирования. Учет внешней среды и фактора неопределенности. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Вид бизнеса и особенности отрасли, в которой работает организация, характер целей, которые стоят перед организацией, уровень риска, внутренняя структура организации, ее сильные и слабые стороны, опыт реализации прошлых стратегий, фактор времени. Перестройка организационных структур в соответствии со стратегическими целями.

Стратегический контроллинг. Контроллинг как реализация принципа обратной связи. Создание адекватных условий для реализации возможностей каждым членом команды – главное в стратегическом контроллинге. Поддержание гармоничных отношений с окружающей средой. Контроллинг как совокупность различных методов контроля – основная функция антикризисного управления. Контроллинг внешней и внутренней среды. Виды контроллинга: экономический, финансовый, правовой, административный, социальный, нравственный.

3.14. Управление рисками.

Понятие, характеристика и классификация рисков. Риски, связанные с покупательной способностью денег и вложением капитала. Риск– менеджмент и его цели.

Методы анализа рисков – статистический, анализ целесообразности затрат, экспертных оценок, анализ сценариев, аналитический метод и т. д. Способы снижения рисков. Технология управления проектами с учетом рисков.

3. 18. Оптимизация кадровой политики кризисной фирмы

Основные черты антикризисной кадровой политики. Субъекты кадровой политики. Принципы управления персоналом кризисного предприятия. Особенности реализации принципов управления персоналом на различных этапах эволюции кризиса фирмы.

Формирование антикризисной команды. Оценка и реструктуризация кадрового потенциала организации. Правовое регулирование трудовых отношений при реструктуризации и ликвидации неплатежеспособных предприятий. Социально–психологические проблемы управления персоналом при антикризисном управлении. Методы управления конфликтами в кризисных ситуациях.

Понятие партнерства, субъекты партнерских отношений. Роль социально-экономического партнерства в условиях кризиса и социальная ответственность бизнеса. Основные направления работы с профсоюзами в антикризисном управлении.

Роль антикризисного управляющего в осуществлении рациональной кадровой политики.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**3,45**	**124**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,45	124
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление качеством» (Б1.В.ОД.4)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов основами знаний о принципах разработки, внедрения и совершенствования системы менеджмента качества как неотъемлемой системы менеджмента организации в целом, последовательности этапов и содержание работ по её созданию, а также экономических аспектах функционирования такой системы.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13).

Знать:

- основные понятия и термины менеджмента качества в соответствии с международными стандартами ISO серии 9000;
- содержание международных стандартов серии ISO серии 9000;
- роль и место системы менеджмента качества в общей системе менеджмента организации;
- методы идентификации аспектов качества;
- направления разработки продукции и услуг предприятия с учётом экологических требований («проектирование для окружающей среды»;
- методы внутреннего аудита (аудита системы менеджмента качества);
- принципы и подходы всеобъемлющего менеджмента качества (Total Quality Management – TQM);
- общие принципы разработки, внедрения, аудита и анализа руководством систем менеджмента качества;
- основные методы оценки качества;
- экономические аспекты качества.

Уметь:

- оценивать системы менеджмента качества предприятий;
- формулировать политику организации в области качества и оценивать политики организаций различного профиля;

- формулировать цели и задачи предприятия в области качества, оценивать показатели эффективности и результативности систем менеджмента качества;
- разрабатывать программу формирования, внедрения и совершенствования системы менеджмента качества.

Владеть:

- методами идентификации аспектов качества;
- методами формирования и развития систем менеджмента качества;
- методами разработки технических заданий на разработку продукции и услуг предприятия с учётом экологических требований («проектирование для окружающей среды»;
- методами оценки экономической эффективности систем менеджмента качества;
- методами внутреннего аудита (аудита системы менеджмента качества).

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1.

Тема 1. Экономическое развитие, основанное на примате качества.

Современный этап развития человеческой цивилизации. Глобальные проблемы человечества. Экономический процесс. Глобализация. Глобальная конкуренция. Качество как один из важнейших интегрирующих факторов повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности человечества. Качество как системообразущий фактор. Психология управления третьего тысячелетия.

Тема 2. Принципы управления. Подходы к управлению.

Общие принципы управления. Системность – ведущий принцип управления. Принцип объективности. Принцип саморегулирования. Принцип дополнительности. Принцип обратной связи. Принцип информационной достаточности. Принцип оптимальности. Принцип эволюционизма. Принцип вероятности. Принцип демократизма в управлении. Принцип конкуренции. Принцип ведущего звена. Принцип стимулирования. Частные принципы управления. Кибернетический подход к управлению. Иерархичность управления. Принцип соответствия. Принцип внешнего дополнения. Принцип необходимого разнообразия. Принцип эксперимента. Закономерности самоорганизации: синергетический и организмический аспекты. Экономический процесс. Понятие эффективности. Результативность.

Тема 3. Эволюция подходов к понятию «качество».

Изменение формулировок определения «качество» (Аристотель, Гегель, китайская версия, А. Шухарт, К. Исикава, Дж. М. Джуран, ГОСТ, международный стандарт ISO 8402-86). Определения А. Фейгенбаума. Вехи понимания качества (субстратное, предметное, системное, функциональное, интегральное). Современные подходы к понятию «качество». Пять критериев качества профессора Гарвардской бизнес-школы Д. Гарвина. Подходы Эдварда Деминга. 14 принципов Деминга. Смертельные болезни» по Демингу. Концепция качества Дж. Джурана. Аспекты качества. Качество как свойство продукции или услуг. Качество как отсутствие недостатков.

Тема 4. Квалиметрия.

Квалиметрия как наука, её роль методы и области практического применения. Основатель научной дисциплины квалиметрии Г.Г. Азгальдов. Принципы квалиметрического подхода к изучению качества. Методы квалиметрии. Контролируемые показатели качества. Свойства. Характеристики. Контролируемые показатели качества устанавливаются в зависимости от специфики продукции. Уровень качества продукции. Показатели качества продукции. Относительные единичные показатели. Комплексные показатели. Интегральные показатели. Технические показатели (мощность, точность, удельный расход ресурсов, надежность и др.). Виды контроля качества продукции. Разрушающий и неразрушающий контроль. Статистический контроль. Приёмочный контроль. Статистическое регулирование технологических процессов. Входной контроль. Операционный контроль. Контроль по количественному, качественному и альтернативному признакам. Непрерывный контроль. Качество труда - причины образования брака. Качество продукции - производственные, потребительские, экономические

характеристики. Качество проекта - число исправлений при реализации. Качество технологии - число нарушений при реализации.

Тема 5. Терминология в области менеджмента качества.

Качество. Свойство. Характеристика. Экономическая потребность. Продукция. Объект. Процесс. Контроль качества. Обеспечение качества. Руководство качеством. Управление качеством. Менеджмент качества. Всеобъемлющий менеджмент качества.

Тема 6. Эволюция концепций обеспечения качества.

Факторы, оказывающие влияние на качество (объективные, субъективные и специфические). Характерные признаки «рынка продавца» и «рынка покупателя». Этапы развития взглядов на качество. Основные концепции качества. Пять основных типов систем качества. Контроль качества (система Тейлора). Статистические методы контроля качества – SQC. Тотальное управление качеством –TQC (А. Фейгенбаум). Система менеджмента качества, основанная на положениях стандартов ISO. Система всеобъемлющего менеджмента качества, основанная на концепции TQM. Японская система CWQC – управление качеством в рамках фирмы (К. Исикава). Инжиниринг качества. Система ZD («Ноль дефектов»). Саратовской системе БИП – бездефектное изготовление продукции и сдача её ОТК с первого предъявления (1955 г.), Горьковская система КАНАРСПИ – качество, надёжность, ресурс с первых изделий (1958 г.), Ярославская система НОРМ – научная организация работ по увеличению моторесурса двигателей (1963 г.). Комплексной системы управления качеством продукции (КСУКП) (г. Львов начало 1970-х годов). Стандарты предприятия (СТП). Менеджмент качества – QM. Тотальный менеджмент качества –TQM. Пять «звезд» качества. Стандарты ИСО 14000.

Модуль 2

Тема 7. Серии стандартов ISO 9000.

Международная организация стандартизации (International Organization for Standardization – ISO). Стандарты ISO 9000. Построение систем и элементов системы качества. Требования к системе контроля и испытаний продукции, сертификации надежности и безопасности; к системе организации производства; к системе управления качеством от проектирования до эксплуатации (потребления) и утилизации. Семейства стандартов ISO 9000 версии 1994, 2000 и 2015 годов. Бизнес-функции и бизнес-процессы. Стандарты ISO 9000 версии 2015 года. Применение процессного подхода в управлении организацией.

Тема 8. Ключевые задачи и принципы систем качества.

Понятие «система качества» согласно МС ИСО 8402:1994. Основные характеристики систем качества. Всеобъемлющий менеджмент качества (Total Quality Management - TQM). Фундаментальные принципы TQM. Пять основных групп заинтересованных лиц. Восемь принципов менеджмента, с помощью которых высшее руководство может улучшить деятельность организации. Ориентация на потребителя. Лидерство руководителя. Вовлечение работников. Процессный подход. Системный подход к менеджменту. Постоянное улучшение. Принятие решений, основанное на фактах. Взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Тема 9. Диагностическая оценка фирмы в области качества.

Самооценка. «Лестница качества» (Лапидус). Методика диагностики. Методы оценки уровня конкурентоспособности путём ориентации на лучшие достижения – бенчмаркинг (benchmarking). Премия качества.

Тема 10. Процесс создания системы качества.

Основные методы управления качеством. Сферы приложения методов управления качеством. Организация работ по внедрению и функционированию системы управления качеством в организации. Подходы к внедрению систем качества. Принятие руководством официального решения о создании системы качества. Формирование службы качества. Основные этапы, исполнители и сроки разработки и внедрения системы качества. Выбор целей в области качества и определение задач. Стратегическое планирование в области качества. Тактическое планирование в области качества. Политика в области качества. Организационная структура службы качества. Положение о службе качества. Ответственность руководства организации за

качество. Основные признаки ответственности руководителей организации за качество. Разработка функциональной схемы управления качеством.

Тема 11. Организационное обеспечение качества.

Проведение обучения всех категорий, работающих в области качества. Изучение принципов управления качеством одновременно с обучением работе на производственном оборудовании. Включение ответственности за качество в каждую должностную инструкцию или описание работ производственного рабочего. Роль контроля качества на каждом рабочем месте. Реализация принципа комплексного профилактического обслуживания.

Модуль 3

Тема 12. Процессный подход в менеджменте качества.

Понятие «процесс» в хозяйственной деятельности. Входные и выходные потоки. Управляющие воздействия. Обеспечение функционирования систем качества. Потоково-балансовая модель. Совершенствование систем качества.

Тема13. Планирование качества.

Этапы планирования качества. Управление качеством. Обеспечение качества выпускаемой продукции. Этапы жизненного цикла продукции («петля качества»). Непрерывное улучшение качества, его этапы.

Тема14. Документация системы качества.

Основное назначение документации системы качества. Определение состава нормативно-методических документов системы качества. Общие требования к документации. Иерархическая структура документации системы качества. Политика в области качества.

Тема 15. Система стимулирования деятельности по обеспечению качества.

Мотивация. Экономическое стимулирование. Вовлечение всего персонала организации, в деятельность по обеспечению качества. Элементы процесса вовлечения персонала в решение проблем качества.

Тема 16. Система контроля качества.

Методы статистического контроля качества (Statistical Quality Control — SQC). В.А. Шухарт, Г.Ф. Додж, Г.Г. Роминг и др. «Семь инструментов контроля качества». Метод расслоения, графики, диаграмма разброса, диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, контрольные карты, гистограммы. Процесса контроля качества (петля обратной связи).

Тема 17. Оценка системы качества после ее создания.

Международная система сертификации систем качества Аккредитованные органы по сертификации. Международный реестр сертифицированных аудиторов систем качества (IRCA). Создание, оценка, сертификация и совершенствование систем качества предприятий. Оценка качества управления в организации. Процедуры сертификации систем качества (СК) предприятий и инспекционного контроля сертифицированной системы качества. Направления совершенствования менеджмента качества на предприятиях. Интеграция систем менеджмента.

Тема 18. Экономические аспекты систем менеджмента качества.

Характеристика расходов, содержащихся в каждой группе затрат на качество. Затраты на процесс. Эффективность затрат на качество. Экономическое обоснование управленческих решений по повышению качества компонентов системы менеджмента. Обеспечение единства и неразрывности качества и эффективности производства. Экономичность системы качества. Четыре абсолюта Филиппа Кросби. Показатели эффективности менеджмента.

4.Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экологический менеджмент» (Б1.В.ОД.5)

1. Цель дисциплины – усвоение будущими бакалаврами теоретических знаний о системах экологического менеджмента и формирование умений применять конкретные методы разработки, внедрения и оценки функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента с целью повышения эффективности и результативности производственной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

Знать:

- терминологию в области экологического менеджмента;
- принципы экологического нормирования в Российской Федерации;
- основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента;
- принципы экологического аудита.

Уметь:

- находить и анализировать экологическую информацию, необходимую для анализа внешней среды предприятия;
- выявлять приоритетные экологические аспекты деятельности предприятия и воздействия на окружающую среду;
- формулировать экологическую политику и оценивать политики организаций различного профиля;
- формулировать цели и задачи предприятия в области повышения экологической результативности и энергоэффективности;
- планировать экологическое обследование и аудит предприятия;
- анализировать показатели энерго- и ресурсоэффективности организации;
- планировать бенчмаркинг ресурсо- и энергоэффективности для сектора промышленности.

Владеть:

- основными приемами оценки внешней среды предприятия с экологических позиций;

- методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности;
- приемами принятия решений о внедрении НДТ, требования к применению которых установлены для различных отраслей экономической деятельности в Российской Федерации.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Экологическое регулирование и нормирование

Тема 1.1. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологическая политика Российской Федерации. Основные элементы природоохранительного законодательства. Государственные природоохранительные органы. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологический контроль. Экономический механизм природопользования. Принципы природоохранного управления на уровне хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов, государства.

Тема 1.2. Экологическое нормирование

Нормативы качества окружающей среды и экологическое нормирование в России и странах-членах ЕС. Нормативы качества воздуха. Нормативы качества вод. Нормирование загрязнения производственных площадок. Принципы технологического нормирования.

Тема 1.3. Оценка воздействия на окружающую среду

Понятия и определения. Место и роль оценки воздействия в инвестиционной деятельности. Оценка воздействия на окружающую среду как процесс формализованного и систематического анализа и оценки экологических последствий намечаемой деятельности и учет результатов этого анализа в планировании, проектировании, утверждении и осуществлении данной деятельности. Основные характеристики процедуры оценки воздействия на окружающую среду.

Модуль 2. Современные системы экологического менеджмента

Тема 2.1. Развитие экологического менеджмента в промышленности

Развитие экологического менеджмента: международные аспекты. Мотивы развития подходов экологического менеджмента. Стандарты систем экологического менеджмента (ISO серии 14000) и их связь со стандартами менеджмента качества (ISO серии 9000), стандартами менеджмента безопасности (OHSAS серии 18000) и стандартами энергетического менеджмента (ISO серии 50000).

Тема 2.2. Структура системы экологического менеджмента

Цикл менеджмента. Понятия и определения систем экологического менеджмента. Система экологического менеджмента: основные принципы и компоненты в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 14001:2015. Экологическая политика организации.

Тема 2.3. Постановка целей и задач организации в области экологического менеджмента

Определение экологических аспектов деятельности организации и выявление значимых воздействий. Разработка программы экологического менеджмента. Показатели результативности: результативность деятельности, результативность менеджмента, состояние окружающей среды.

Тема 2.4. Внедрение и функционирование программы экологического менеджмента

Разработка программы. Определение ответственности, ресурсов, порядка выполнения мероприятий. Процедуры и их роль в системе экологического менеджмента. Мотивация и обучение персонала. Оценка систем экологического менеджмента руководством.

Тема 2.5. Экологический аудит

Экологический аудит как инструмент менеджмента. Основные понятия. Аудит соответствия требованиям законодательства. Аудит загрязненной производственной площадки. Аудит потенциальной ответственности. Внутренний экологический аудит. Сертификационный аудит.

Модуль 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности

Тема 3.1. Законодательство в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности

Развитие подходов повышения энерго- и ресурсоэффективности производства: международный и российский опыт. Законодательство Российской Федерации в сфере

энергосбережения и повышения энергоэффективности. Региональный опыт повышения энергоэффективности экономики.

Тема 3.2. Структура системы энергетического менеджмента

Понятия и определения. Основные принципы и компоненты системы энергетического в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 50001:2018. Политика организации в области энергоэффективности.

Тема 3.3. Принципы наилучших доступных технологий

Понятие наилучшей доступной технологии (НДТ): особенности отражения в законодательстве РФ. Выявление НДТ. Бенчмаркинг. Система экологического менеджмента и система энергетического менеджмента как НДТ. Применение подходов НДТ для повышения экологической и энергетической эффективности экономики.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,17	6
Семинары (С)	0,16	6
Самостоятельная работа (СР):	**4,42**	**159**
Курсовая работа	4,42	72
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		87
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика предприятия» (Б1.В.ОД.6)

1.Цель дисциплины – получение теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений в области развития форм и методов экономического управления предприятием в условиях рыночной экономики с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, а также приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия;
- экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Уметь:

- принимать экономически обоснованные управленческие решения;
- реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность;
- выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия;
- определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий.

Владеть:

- навыками системного похода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций;
- аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия;
- основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Предприятие в системе рыночных отношений.

Предприятие как основное звено рыночной экономики. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности; нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия. Типы предприятий. Основные виды организационно-правовых форм предприятий в РФ, порядок создания и особенности функционирования, преимущества и недостатки. Понятие малого предприятия и особенности функционирования. Роль малого предпринимательства в развитии рынка.

Внешняя и внутренняя среда организации. Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя. Производственная структура предприятия, его инфраструктура. Управление предприятием: организационная структура и механизм управления. Организационные структуры управления на предприятии: линейная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная. Организация производства: производственный процесс и принципы его организации, типы, формы и методы организации производства.

Модуль 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования

Основные средства предприятия. Понятие, состав и структура основных фондов. Виды стоимости основных фондов. Необходимость переоценки фондов в современных условиях. Понятие и виды износа. Экономический смысл амортизации. Нормы амортизации для различных видов основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Показатели движения основных фондов. Воспроизводство и модернизация фондов. Основные пути повышения эффективности использования фондов на предприятии. Показатели обеспеченности предприятия основными фондами. Производственная мощность предприятия и резервы ее использования.

Материальные средства предприятия. Оборотные средства, их состав, классификация. Оборачиваемость оборотных средств. Основы нормирования оборотных средств. Абсолютное и относительное высвобождение оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств и основные пути ускорения их оборачиваемости.

Трудовые ресурсы предприятия. Рынок труда. Трудовые ресурсы: их состав, управление. Состав и структура кадров предприятия. Управленческий персонал. Подготовка и повышение квалификации кадров. Проблема занятости и основные направления рынка труда в РФ. Производительность труда как показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Основные пути повышения производительности труда. Организация, нормирование и оплата труда. Система оплаты труда работников в современных условиях.

Модуль 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.

Качество и конкурентоспособность продукции. Продукция предприятия (виды, ассортимент и номенклатура), ее конкурентоспособность. Качество продукции. Понятие и показатели качества продукции. Управление качеством продукции и пути его повышения. Стандартизация и сертификация продукции. Стандарты и системы качества. Понятие конкурентоспособности продукции и направления ее повышения.

Издержки производства и себестоимость продукции. Понятие издержек, их виды и взаимосвязь. Сущность себестоимости продукции и ее экономическое значение. Классификация затрат, образующих себестоимость. Условно-постоянные и переменные затраты (издержки). Смета и калькуляции затрат. Основные пути снижения издержек. Цена продукции и ее влияние на формирование финансового результата предприятия. Виды цен и основные факторы, влияющие на уровень цен. Оптовая, отпускная, оптово-рыночная и розничная цена организации. Ценовая политика на различных рынках. Методы ценообразования.

Показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Показатели экономической эффективности деятельности предприятия. Факторы развития предприятия: экстенсивные и интенсивные. Обобщающие и частные показатели эффективности производства. Прибыль предприятия как конечный результат хозяйственной деятельности предприятия. Виды прибыли на предприятии и методика их определения. Распределение чистой прибыли. Понятие и экономический смысл рентабельности. Виды рентабельности и их расчет.

Финансовые ресурсы предприятия. Финансовые ресурсы предприятия: собственные и заемные. Доходы и расходы предприятия. Учет и отчетность. Аналитическая деятельность на предприятии. Финансовая отчетность предприятия: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменении капитала, приложение к балансу. Структура и состояние бухгалтерского баланса. Методы экономического анализа. Анализ доходов и расходов. Понятие и методика оценки финансовой устойчивости организации. Анализ ликвидности баланса. Оценка степени платежеспособности организации. Показатели финансового состояния предприятия и их критерии. Анализ деловой активности.

Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия. Понятие инвестиций, их виды и значение для экономического развития предприятия. Понятие нового строительства, капитального строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения предприятия. Основные показатели эффективности инвестиционных проектов (коэффициент окупаемости капитальных вложений, срок окупаемости, коэффициент прибыльности). Особенности оценки эффективности проектов с учетом факторов риска. Источники инвестирования. Особенности привлечения дополнительных источников финансирования. Сущность и виды инноваций, модели инновационного процесса. Условия и факторы осуществления инновации. Подготовка нового производства. Виды деятельности предприятия.

Планирование на предприятии. Производственное планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное. Принципы планирования в условиях рыночной экономики. Производственное планирование и бизнес-план предприятия. Задачи и структура бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**2,45**	**88**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,45	88
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление проектами» (Б1.В.ОД.7)

1. Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о подходах и стандартах управления проектами. Данный курс координирует управление и реализацию проектов необходимого качества, в установленные сроки, в рамках принятого бюджета.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7).

Знать:

- основные понятия и методы управления проектами, систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта, принципы построения проектных команд.

Уметь:

- разрабатывать и оформлять проектные документы, применять методики оценки параметров проекта.

Владеть:

- методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в управление проектами. Мировые стандарты.

Что такое проект? Критерии успешности проекта. Современные стандарты в управлении проектами. Программы и портфели управления проектами. Содержание стандарта ANSI PMI PMBOK®* GUIDE. Организационное окружение проекта. Жизненный цикл проекта. Группы процессов и области знаний PMBOK®.

Модуль 2. Управление интеграцией проекта.

Разработка устава проекта. Разработка плана управления проектом. Руководство и управление исполнением проекта. Мониторинг и управление работами проекта. Общее управление изменениями. Закрытие проекта.

Модуль 3. Управление заинтересованными сторонами проекта.

Идентификация заинтересованных сторон. Планирование управления заинтересованными сторонами проекта. Управление вовлеченностью заинтересованных сторон проекта. Контроль вовлеченности заинтересованных сторон.

Модуль 4. Управление содержанием проекта.

Планирование управления содержанием. План управления требованиями. Определение содержания. Создание иерархической структуры работ. Проверка содержания. Контроль содержания.

Модуль 5. Управление сроками проекта

Планирование управления расписанием. Определение состава операций. Определение последовательности операций. Оценка ресурсов операций. Оценка длительности операций. Разработка расписания. Контроль расписания.

Модуль 6. Управление стоимостью проекта.

Планирование управления стоимостью. Стоимостная оценка. Разработка бюджета расходов. Контроль стоимости.

Модуль 7. Управление закупками проекта.

Планирование закупок. Осуществление закупок. Контроль закупок. Закрытие закупок.

Модуль 8. Управление рисками проекта.

Планирование управления рисками. Идентификация рисков. Качественный анализ рисков. Количественный анализ рисков. Планирование реагирования на риски. Мониторинг и управление рисков.

Модуль 9. Управления качеством.

Планирование качества. Обеспечение качества. Контроль качества.

Модуль 10. Управление коммуникациями проекта.

Планирование коммуникаций. Распространение информации. Отчетность по исполнению.

Модуль 11. Управление персоналом проекта

Планирование человеческих ресурсов. Набор команды проекта. Развитие команды проекта. Управление командой проекта.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,56**	**128**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,56	128
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет с оценкой (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Товароведение» (Б1.В.ОД.8)

1. Цель дисциплины – обеспечение студентов системой знаний о товаре как объекте коммерческой деятельности. Данный курс обеспечивает формирование у студентов навыков оценки потребительских свойств товаров, ассортимента и номенклатуры товаров, представлений об основах технического регулирования, о методах оценки уровня качества и конкурентоспособности продукции, об организации и проведении экспертизы товаров, о требованиях к информации о товарах, знаний о правовых основах товароведения, управления ассортиментом и качеством товаров в сфере обращения.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными компетенциями (ПК):

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

Знать:

- методы классификации товаров, свойства и показатели ассортимента и качества товара, принципы и методы формирования ассортимента и качества товаров, основы стандартизации, метрологии и сертификации;

Уметь:

- оценить показатели ассортимента и качества товаров; пользоваться российскими классификаторами; организовать работы по проведению экспертизы товаров; подготовить документы к сертификации товара.

Владеть:

- методами научной классификации и систематизации информации; навыками работы с нормативными документами и информационными ресурсами в области товароведения.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация.

Предмет, цели и задачи товароведения. Краткая история развития товароведения. Понятие продукции и товара. Межпредметные связи товароведения с другими дисциплинами. Основные разделы товароведения, их назначение. Принципы товароведения.

Товар как объект коммерческой деятельности, его основополагающие характеристики. Товароведные характеристики (ассортиментная, качественная и количественная), составляющие потребительскую стоимость. Взаимосвязь товароведных характеристик со стоимостью. Функции товара.

Методы товароведения. Классификация методов. Теоретические методы. Эмпирические методы. Практические методы.

Классификация. Признаки классификации. Разновидности метода классификации, их сущность, структура, преимущества и недостатки. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.

Кодирование товаров. Основные элементы кода. Разновидности метода кодирования: определение, преимущества и недостатки, применимость. Штриховое кодирование товара.

Классификаторы. Классификаторы, применяемые в товароведении. Краткая характеристика Общероссийского классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции, его частей. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. Товароведная классификация товаров.

Товарная информация. Виды товарной информации. Средства товарной информации. Требования к товарной информации.

Модуль 2. Ассортимент товара, управление ассортиментом.

Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров. Отличительные признаки. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.

Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.

Управление ассортиментом. Сущность. Формирование ассортимента. Факторы, влияющие на его формирование. Регулирование этих факторов. Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Модуль 3. Качество товаров, управление качеством, экспертиза товаров.

Качество. Основные понятия. Требования к качеству. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация. Наименование и значение показателей. Понятие об уровне и техническом уровне качества товаров. Номенклатура потребительских свойств товаров.

Свойства надежности: долговечность, безотказность, ремонтопригодность, сохраняемость. Эргономические свойства: антропометрические, физиологические, психофизические, гигиенические. Эстетические свойства товаров. Свойства безопасности: механическая, электрическая, пожарная, физиологическая, химическая и биологическая безопасность, безопасность транспортных средств. Экологические свойства, основные показатели.

Понятие и этапы оценки качества. Градации качества. Градация качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, артикулы. Градации товаров по соответствию и несоответствию установленным требованиям: стандартная, нестандартная, брак и отход. Три градации качества. Сортамент. Принципы деления товаров на сорта.

Несоответствия и дефекты товаров: понятие, классификация. Допустимые, недопустимые дефекты. Взаимосвязь дефектов различной значимости с градациями качества. Диагностика дефектов: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

Методы определения и оценки уровня качества. Контроль качества и количества товарных партий. Проба. Выборка. Точечная, объединенная средняя проба. Навеска. Приемочное число. Браковочное число. Приемочный уровень дефектности. Идентификация товаров.

Факторы, влияющие на формирование и сохранение качества и количества товаров на товарных этапах жизненного цикла продукции. Жизненный цикл продукции (товаров). Предтоварная, товарная, послереализационная и стадия утилизации. Взаимосвязь стадий и этапов жизненного цикла с факторами обеспечения товароведных характеристик.

Факторы, формирующие качество. Спрос, регламентация товароведных характеристик товаров, сырье и материалы, рецептура или конструкция, производственные процессы и коррекция несоответствий.

Факторы, сохраняющие качество. Упаковка, условия и сроки хранения и перевозки товаров. Правила, основанные на принципах совместимости, безопасности и эффективности при хранении товаров. Основополагающие правила хранения. Методы хранения товаров.

Сущность, виды и формы экспертизы. Государственная, общественная, независимая экспертиза. Экологическая экспертиза товара. Товарная экспертиза. Технологическая экспертиза. Судебно-правовая экспертиза. Классификация экспертизы в зависимости от этапов жизненного цикла товаров.

Организация и порядок проведения. Методология экспертизы. Методы экспертизы. Область применения экспертных методов. Оценка экспертов. Требования к экспертам. Формирование экспертной группы. Основные этапы проведения экспертизы. Заключение эксперта. Структура и содержание вводной, исследовательской, синтезирующей частей и выводов. Требования к выводу эксперта.

Модуль 4. Стандартизация, метрология, сертификация.

Общая характеристика стандартизации. Сущность стандартизации. Понятие нормативных документов по стандартизации. Цели, принципы, функции и задачи стандартизации. Методы стандартизации.

Система стандартизации в Российской Федерации. Общая характеристика системы и направления ее реформирования. Органы и службы стандартизации Российской Федерации. Характеристика национальных стандартов. Виды национальных стандартов. Применение национальных стандартов. Характеристика стандартов организаций. Объекты стандартов организации. Требования к стандартам организаций. Информация о документах по стандартизации и технических регламентах. Технические условия как нормативный документ.

Общая характеристика метрологии. Метрология - область знаний и вид деятельности. Функции измерений. Метрология теоретическая, прикладная и законодательная. Основы технических измерений. Общая характеристика объектов измерений. Виды и методы измерений. Классификация и общая характеристика средств измерений. Методики измерений. Точность методов и результатов измерений. Система воспроизведения единиц величин. Эталоны. Рабочие средства измерений.

Государственная система обеспечения единства измерений. Органы и службы по метрологии Российской Федерации.

Калибровка средств измерений и метрологическое обеспечение испытаний продукции для целей подтверждения соответствия.

Общая характеристика сертификации. Цели и принципы сертификации. Обязательная и добровольная сертификации. Участники сертификации. Правила и документы по проведению работ в области сертификации. Порядок сертификации продукции. Схемы сертификации. Порядок проведения сертификации продукции. Декларирование соответствия. Действующая практика декларирования в России. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров).

Правовая база стандартизации, метрологии и сертификации.

Общая характеристика технического законодательства. Техническое регулирование. Технические регламенты. Законодательная и нормативная база сертификации.

Государственный контроль и надзор. Государственный метрологический контроль и надзор. Цель, объекты и сферы распространения государственного метрологического контроля и надзора. Характеристика видов государственного метрологического контроля. Характеристика государственного метрологического надзора. Ответственность за нарушение требований в области технического регулирования

Задачи международного сотрудничества в области стандартизации. Международные организации по стандартизации. Организация работ по стандартизации в рамках Европейского союза. Межгосударственная система стандартизации.

Международное сотрудничество в области метрологии. Международное сотрудничество в области сертификации.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управленческий учет» (Б1.В.ОД.9)

1. Цель дисциплины состоит в формировании у обучающихся представления об управленческом учете как о единой информационной системе организации для учета затрат, принятия управленческих решений, планирования и контроля в коммерческих и некоммерческих организациях разной формы собственности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

– владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

Знать:

- сущность и задачи управленческого учета и его отличия от других учетных систем организации;
- принципы и основные положения управленческого учета;
- современные тенденции и перспективы развития управленческого учета;

Уметь:

- классифицировать затраты для различных целей;
- анализировать поведение затрат;
- применять традиционные и современные методики учета затрат и калькулирования себестоимости в зависимости от поставленных задач;
- составлять статичные и гибкие планы;

Владеть:

- методами учета затрат на производство и расчета себестоимости в зависимости от вида производства;
- навыками сбора и подготовки информации для принятия управленческих решений;
- основами краткосрочного планирования и бюджетирования и составления управленческой отчетности.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Учет затрат и калькулирование себестоимости

Введение. Место и роль управленческого учета в системе подготовки менеджеров.

Сущность и задачи управленческого учета. Понятие управленческого учета и его место в учетной системе организации. Основные функции управленческого учета. Принципы управленческого учета. Роль бухгалтера-аналитика в процессе управления.

Тема 1. Классификация затрат в управленческом учете. Затраты, расходы и издержки. Классификация затрат для целей управленческого учета. Классификация затрат для расчета себестоимости и прибыли и оценки запасов. Классификация затрат для принятия решений. Классификация затрат для планирования и контроля.

Тема 2. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости

Учет затрат. Учет материальных затрат. Учет затрат на оплату труда. Учет косвенных затрат. Распределение косвенных затрат.

Методы учета затрат на производство. Позаказный метод учета затрат. Попроцессный метод учета затрат.

Системы калькулирования себестоимости**.** Полная себестоимость. Неполная себестоимость. Западая практика расчета себестоимости. Абсорпшен-костинг и директ-костинг

Учет затрат и калькулирование себестоимости в торговых организациях.

Модуль 2. Анализ и принятие управленческих решений

Тема 3. Поведение затрат и анализ безубыточности. Поведение затрат и функция затрат. Постоянные и переменные затраты. Концепция маржинальной прибыли. Анализ безубыточности. Использование модели безубыточности для принятия управленческих решений.

Тема 4. Принятие управленческих решений. Релевантная информация. Принятие отдельных управленческих решений: решение о спецзаказе; решение об оптимальном использовании ограниченного ресурса; решение об ассортименте; решение о самостоятельном производстве или аутсорсинге. Структура затрат и операционный риск. Расчет скидок с учетом структуры затрат.

Модуль 3. Планирование и контроль

Тема 5. Нормативный учет затрат и система стандарт-кост. Расчет нормативной себестоимости. Виды и формирование отклонений. Учет отклонений от норм. Гибкий бюджет и анализ отклонений. Запись отклонений в учетных регистрах

Тема 6. Планирование и бюджетирование. Центры ответственности и финансовая структура компании. Место бюджетирования в системе планов. Задачи бюджетирования. Виды бюджетов и объекты бюджетирования. Состав и структура основного бюджета. Система бюджетного контроля. Аналитический блок системы бюджетирования.

Тема 7. Постановка управленческого учета

Организация управленческого учета. Регламентация управленческого учета. Служба управленческого учета. Ведение управленческого учета. Автоматизация управленческого учета. Организационные проблемы в связи с внедрением управленческого учета. Перспективы развития управленческого учета.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Ценообразование» (Б1.В.ОД.10)

1. Цель дисциплины заключается в формировании у студентов системы знаний о роли цены в современной рыночной экономике, составе и структуре цены, основах ценообразования на рынках различных типов, об общих основах ценовой стратегии и ценовой политики, влиянии потребителей и их психологии на процесс ценообразования, о формировании и регулировании цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Знать:

- экономическую сущность и функции цены и основные факторы ценообразования;
- закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги);
- цели, стратегии и политики ценообразования;
- методы государственного регулирования цен;
- закономерности ценообразования на отраслевых рынках;

Уметь:

- применять основные стратегии и политики ценообразования;
- оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию;

Владеть:

– методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;
– методами ценообразования.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Общеэкономические аспекты ценообразования

Введение. Место ценообразования в ряду экономических дисциплин. Роль специалиста по ценообразованию в компании.

1. Цена как экономическая категория.

Основные теоретические концепции цены. Сущность цены. Функции цены. Факторы ценообразования. Внутренние и внешние факторы.

Система цен в экономике. Виды цен. Состав и структура цены.

2. Ценообразование на рынках различных типов.

Характеристики структуры рынка – концентрация продавцов и покупателей, наличие барьеров входа и выхода, свойства продукта, наличие конкурентной среды, доступность информации. Ценообразование на рынках свободной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Ценовая дискриминация. Регулирование монополии.

3. Анализ и оценка эластичности спроса.

Значение коэффициентов эластичности для ценообразования. Эластичность спроса по цене. Точечная и дуговая эластичность. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность. Взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Пороговые значения коэффициентов эластичности. Кривая спроса и совокупная выручка.

Модуль 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)

4. Поведение потребителей.

Роль ценности в ценообразовании. Определение экономической ценности. Факторы, влияющие на восприятие ценности. Сегментация потребителей. Управление восприятием ценности и ценовой чувствительностью.

5. Методы сбора информации о поведении потребителей

Классификация источников и методов сбора и оценки информации о поведении потребителей. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках. Анализ данных о покупках в условиях контролируемого эксперимента. Изучение предпочтений и намерений покупателей в условиях контролируемого опроса. Исследования предпочтений и намерений потребителей в условиях контролируемого эксперимента.

6. Влияние конкуренции на процесс ценообразования.

Ценовая конкуренция как игра с отрицательной суммой. Конкурентные преимущества как основа для лидирования на рынке. Возможные реакции на действия конкурентов. Конкуренция как информационная кампания.

Условия применения агрессивного ценообразования. Ценовые войны.

Модуль 3. Стратегия и тактика ценообразования

7. Ценовая стратегия компании.

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Дифференциация цен. Влияние конкуренции на формирование цен.

8. Ценовая политика компании.

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые товары. Ценообразование в рамках товарной линии. Пакетное ценообразование. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики.

9. Методы ценообразования

Сущность затратного ценообразования. Методы затратного ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования.

10. Анализ безубыточности решений в ценообразовании.

Классификация затрат для целей ценообразования. Модель безубыточности. Анализ безубыточности при активном и пассивном ценообразовании.

Модуль 4. Ценообразование в отраслевом контексте

11. Регулирование цен

Государственное регулирование цен. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Учет влияния инфляции. Формы и методы воздействия государства на цены. Основные законодательные документы в области государственного регулирования цен. Регулирование цене на монопольных и естественно-монопольных рынках. Регулирование цен в зарубежных странах. Влияние налогов на процессы ценообразования.

12. Особенности ценообразования на отраслевых рынках

Ценообразование на продукцию производственно–технического назначения. Ценообразование на потребительские товары. Ценообразование на услуги. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценообразование в сети Интернет.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Налогообложение» (Б1.В.ОД.11)

1. Цель дисциплины - получение студентами углубленных знаний об основах налогообложения, налоговой системе России и действующей в Российской Федерации совокупности налогов и сборов. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области налогообложения и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4).

Знать:

- понятие и социально-экономическую сущность налогов;
- понятие и теоретические характеристики налоговой системы;
- сущность, цели и формы налоговой политики
- понятие и сущность налогового администрирования.

Уметь:

- определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов, составляющих налоговый кодекс РФ, т.е. освоить налоговое производство;
- заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание;

Владеть:

- методами налогового планирования.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы налогообложения.

Исторические аспекты налогообложения. Налогообложение как элемент экономической культуры общества.

Эволюция представлений о природе налога. Этапы развития учений о налогообложении. Теоретическое обоснование налогообложения - теория обмена; атомистическая теория (Ш. П. Монтескье, Т. Гоббс, О. Мирабо); теория наслаждения (Ж. Сисмонди); теория страховой премии (А. Тъер); Классическая теория (Ф. Кенэ, А. Смит, Д. Рикардо); кейнсианская теория (Д. М. Кейнс); теория монетаризма (М. Фридмен); теория экономики предложения (М. Берне, А. Лэффер).

Налог как экономическая и правовая категория: Определение налогов. Расширительный и узкий подход к понятию “налог”. Источник налогов. Роль налогов в перераспределении национального дохода. Понятие налогового потенциала.

Функции и роль налогообложения в экономической системе общества. Фискальная функция - как условие удовлетворения общенациональных необходимых потребностей. Регулирующая функция - фактор достижения сбалансированности интересов государства (максимальное наполнение бюджета) и личных и корпоративных интересов (снижение фискального гнета)

Понятие “налоговое бремя”. Взаимосвязь налогов и цен. Эластичность цен и налоговое бремя. Переложение налогов.

Общие условия установления налогов, исчисление налогов, принципы налогообложения. Экономические элементы налога. Понятие “установление налогов”. Определение налогоплательщика и следующих элементов налога: объект обложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления льгот, порядок и сроки уплаты налога.

Виды налогов и сборов Р.Ф. (Федеральные налоги и сборы, налоги и сборы субъектов Р.Ф., местные налоги и сборы). Состав федеральных налогов, налогов субъектов РФ и местных налогов, их значение для формирования соответствующих бюджетов (федерального бюджета РФ, бюджетов регионов).

Классификация налогов по способу взимания (прямые и косвенные); по субъекту - налогоплательщику (налоги с физических лиц и с предприятий (организаций)); по порядку введения (общеобязательные и факультативные); по уровню бюджета в который зачисляется налоговый платеж (закрепленные и регулирующие).

Принципы налогообложения: *экономические* (горизонтальной и вертикальной справедливости, эффективности, соразмерности, множественности); *юридические* (нейтральности, отрицания обратной связи); организационные *(*единства налоговой системы, подвижности, стабильности, налогового федерализма)

Налоговая система и налоговая политика государства:

Понятие “налоговая система”. Состав обязательных элементов налоговой систем (законодательство, совокупность налогов и сборов, налоговое администрирование, плательщики налогов и сборов). Классификация налоговых систем.

Налоговая политика государства:

Понятие налоговой политики. Цели (фискальные, экономические, социальные, экологические, международные) и формы (максимальных налогов, экономического развития, разумных налогов) налоговой политики.

Модуль 2. Налогообложение юридических и физических лиц.

Федеральные налоги РФ:

Состав Федеральных налогов, их значение для формирования республиканского бюджета и реализации финансовой политики федерации. Налогоплательщики, объект обложения, определение налоговой базы, налоговые ставки, наличие льгот, порядок и сроки уплаты.

- Налог на прибыль предприятий и организаций.
- Налог на добавленную стоимость.
- Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)
- Другие виды федеральных налогов.

Налоги субъектов РФ:

Фискальное значение налогов субъектов РФ для бюджетов регионов. Особенности налогов субъектов РФ, налогоплательщики, объект обложения, определение налоговой базы, особенности установления налоговых ставок и льгот, порядок и сроки уплаты.

- Налог на имущество предприятий.
- Транспортный налог.
- Местные налоги и сборы РФ**.**

Виды и характеристики местных налогов. Налоги, взимаемые на всей территории России и местные налоги, вводимые по решению органов местного самоуправления.

- Налог на имущество физических лиц.
- Земельный налог.

Модуль 3. Основы налогового планирования

Понятие и принципы налогового планирования. Сущность налогового планирования. Элементы и этапы налогового планирования. Специальные налоговые режимы. Упрощенная система налогообложения. Единый налог на вмененный доход. Патентная система налогообложения.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,28**	**10**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,06	2
Самостоятельная работа (СР):	**3,47**	**125**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,47	125
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Исследование систем управления» (Б1.В.ОД.12)

1.Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, навыков и умений организации и проведения исследований систем управления.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

Знать:

- основные понятия, определения и классификации элементов научных знаний; уровни исследований – теоретический и эмпирический – и их единство;
- основные методологии исследования систем: системный, ситуационный, кибернетический, процессный и причинно-следственный подходы;
- классификации проблем, циклы их исследования, модели и методы решения;
- классы и основы выбора моделей систем; свойства систем и их параметры;
- постановку и методы параметрических исследований систем управления; постановку и методы исследований воздействия на организацию внешней среды;
- постановку и методы экспериментирования, тестирования и диагностики систем управления.

Уметь:

- формировать и (или) формулировать цели систем и определять пути их совершенствования;
- анализировать возможности и пути достижения исследовательских целей;
- производить расчёты экономической эффективности систем управления;
- производить научно-обоснованный выбор систем управления.

Владеть:

- навыками проведения диагностических исследований с целью преобразования и корректировки организационных систем;
- методами исследования систем управления;
- навыками постановки эксперимента, проведения тестирования и осуществления диагностики системы управления с целью распознавания проблем или источников ее развития.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Исследования в современном менеджменте.

Исследования и их роль в научной и практической деятельности менеджера. Понятие исследования. Научные и практические исследования. Виды и направления исследований. Формы научного исследования. Коллективные и индивидуальные исследования. Роль исследований в различных сферах развития производства. Потребности, стимулы и качество исследования. Методы и уровни исследований. Исследования в практике управления производством. Исследование как необходимый фактор менеджмента.

Современное представление о сущности понятия (категории) «система». Что представляет собой система. Этапы возникновения систем. Принципы системного познания (А.Н. Аверьянов). О статусе понятия „система". Понятия, характеризующие системы. Современное понятие о сущности категории „система". Элементы системы управления. Классификация систем (В.И. Мухин). Виды систем. Формы движения элементов системы. Этапы возникновения систем.

Системы и закономерности их функционирования и развития. Становление системных представлений (Л. Фон Берталанфи, А.А. Богданов). Эволюция определения термина система. Блок-схема системы управления. Понятия, характеризующие строение и функционирование систем. Управляющая и управляемая подсистемы. Общая классификация систем (В.Д. Могилевский, И.В. Найденов). Классификация систем по уровню сложности (К. Боулдинг). Принципиальная структура методики ПАТТЕРН. Эволюция управленческих систем (И. Ансофф). Выбор системы управления для фирмы.

Основы формализации систем управления. Методологические аспекты системного анализа. Классы систем (простая - сложная, закрытая - открытая, рефлекторная - рефлексивная, детерминированная, вероятностная, дискретная).Основные свойства систем. Целевая модель системы управления. Концептуальные основы определения целей. Принципы построения целевой модели системы. Конкретизация и измерение целей.

Модуль 2. Методология систем управления.

Системный анализ в исследовании управления. Системный подход к исследованию. Системный подход с точки зрения управления. Аспекты системного подхода. Системный подход как системное управление. Системный подход и проблемы оптимального управления. Основные положения системного анализа. Исследовательские этапы системного анализа. Система как целое. Неизбежность и закономерности качественного преобразования систем. Формы преобразования систем.

Система управления как совокупность элементов, принимающих участие в процессе управления. Системный анализ – как метод изучения менеджмента. Взаимосвязь системного анализа и менеджмента. Объекты системного анализа в управлении. Элементы системы управления. Факторы формирования системы управления. Работа менеджера по совершенствованию систем управления.

Фактологическое обеспечение исследования систем управления. Понятие факта. Факт и информация. Фактология - отбор и анализ фактов. Функции фактов в исследовании. Действия исследователя при установлении фактов. Последовательность действий менеджера с фактами при исследовании систем управления.

Разработка гипотезы и концепции исследования систем управления. Типы научных знаний. Основные элементы научного исследования. Цели и функции исследования в практике развития управления. Проблемы исследования: возникновение, оценка, содержание. Уточнение и фиксация проблем. Основные показатели. Общие требования к гипотезе. Классификация гипотез. Исследовательская гипотеза. Виды гипотез: рабочая, установочная, теоретическая и практическая, прогностическая и программная и др. Выдвижение и формулировка рабочих гипотез. Фазы построения гипотез. Требования, предъявляемые к научным гипотезам. Этапы формирования гипотез. Принципы построения гипотез. Концепция исследования: признаки, принципы построения, роль в организации и методологии исследования. Методы проверки и подтверждения гипотез. Функциональная роль исследования в развитии систем управления. Методы экспериментального исследования.

Исследование управления посредством социально-экономического экспериментирования. Эксперимент как метод качественного и количественного исследования. Требования к эксперименту. Условия, ограничения и эффективность экспериментирования в управлении. Правомерность организации и проведения социально-экономического эксперимента. Виды социально-экономических экспериментов. Схема постановки социально-экономического эксперимента. Социально-экономический эксперимент как элемент управления. Структура социально-экономического эксперимента. Ресурсное, методическое и кадровое обеспечение эксперимента. Анализ и оценка результатов. Роль и место эксперимента в исследовательской деятельности. Опыт экспериментирования в управлении.

Социологические исследования систем управления. Сущность понятий и терминов, употребляемых в процессе социологического исследования. Виды социологических исследований, используемых в изучении систем управления. Цели социологических исследований. Структура процесса социологического исследования. Методы социологических исследований. Виды и классификация социологических исследований систем управления. Процедуры и организация социологического исследования систем управления. Основные этапы социологического исследования систем управления. Программа социологического исследования систем управления. Методические аспекты социологических исследований. Эффективность и оценка результатов социологических исследований.

Параметрическое исследование систем управления. Постановка параметрических исследований. Параметры оценки коммерческой деятельности. Продуктивность деятельности и структура спроса. Жизненный цикл товара на рынке. Инновационный цикл продукции. Параметры оценки финансовой деятельности (эффективность управления, платежеспособность и финансовая устойчивость, деловая активность, рыночная устойчивость, инвестиционная привлекательность). Параметры оценки операционной деятельности (маржинальный анализ). Параметры оценки использования ресурсов (экономические, эксплуатационные, ресурсосберегающие). Динамическая параметризация: оценка устойчивости системы.

Экспериментирование в управлении организационными системами. Классификация экспериментов (активные, пассивные, лабораторные, натурные, материальные, вычислительные, мыслительные, качественные, однофакторные и многофакторные, социометрические). Методология эксперимента. Классический эксперимент. Вычислительный эксперимент. Особенности модельного обеспечения вычислительного эксперимента. Компоненты, переменные, параметры и функциональные связи. Специальные вычислительные эксперименты в управлении

Тестирование систем управления. Введение в тестирование. Организация тестирования системы. Методология тестирования системы. Построение модели тестирования системы. Маркетинговое тестирование. Тестирование личности.

Исследование внешней среды организаций. Модель внешней среды. Макросреда (технологические факторы, экономические факторы, социальные факторы, политические факторы природные факторы, экологические факторы, факторы безопасности). Микросреда (конкуренты, поставщики, потребители, контактные организации, потенциальные конкуренты, партнеры). Концепция, принципы и инструментарий исследования. Основы исследования микросреды. Исследование конкурентного окружения.

Модуль 3Эффективность исследования систем управления.

Диагностика, анализ и оценка системы управления. Исследовательский потенциал управления. Оценка в исследовании систем управления. Принципы оценивания систем управления. Факторы, определяющие эффективность исследования. Виды оценок, используемых при исследовании систем управления. Методика выбора вида оценки системы управления. Диагностический анализ систем управления. Диагностический анализ цели развития организации. Схема диагностирования системы управления. Классификация, виды, требования, предъявляемые к показателям. Показатели при исследовании систем управления.

Экономическая эффективность систем управления. Сущность, критерии и показатели. Эффективность управления. Показатели надёжности и долговечности систем управления. Количественно измеряемые показатели в сфере управления. Критерии эффективности и требования к ним. Процедура оценки эффективности управления труда. Методы расчета экономической эффективности управленческого труда.

Планирование исследования систем управления. Уровни исследования систем управления. Классификация видов исследования. Планирование исследования. Принципы, этапы. Программа исследования: структура, содержание и разработка программы. План проведения исследования: необходимость, границы возможного и роль в организации исследования. Планирование исследования систем управления в организации.

Организация исследования систем управления. Организация исследования: условия, требования, виды работ при исследовании. Основные компоненты исследования системы управления. Методика анализа технологии управления. Стимулирование инноваций. Поведенческая модель научно-исследовательской деятельности. Анализ материалов исследования и оформление результатов исследования. Тайна и конфиденциальность при исследованиях. Риски, ответственность, свобода при организации и проведении исследований. Предоставление результатов исследования.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**3,56**	**128**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,56	128
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет с оценкой (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Аудит» (Б1.В.ОД.13)

1.Целью дисциплины - получение студентами теоретических знаний об аудите как одного из видов финансового контроля и навыков практической реализации методов аудиторской деятельности. Данный курс обеспечивает формирование основ знаний о сущности и содержании аудиторской деятельности и правовыми началами предпринимательской деятельности в аудите

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

Знать:

- сущность, принципы, предмет и задачи аудиторской деятельности;
- порядок организации и регулирования аудиторской деятельности в российской федерации;
- теоретические основы аудиторской деятельности;

Уметь:

- применять основные принципы и стандарты финансового учета, правила формирования учетной политики и подготовки финансовой отчетности с учетом знаний требований аудита;

Владеть:

- методами аудиторской проверки отдельных сегментов финансовой и хозяйственной деятельности организации.

3.Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Теория аудита.

1. История возникновения и развития аудита.

Развитие финансовой и хозяйственной деятельности предприятий. Акционерные компании - причина необходимости подтверждения правильности ведения счетов, проверки финансовой и хозяйственной деятельности предприятий. Отличие ревизии от аудиторской деятельности.

2. Сущность, содержание и цели аудита.

Сущность аудита и аудиторской деятельности заключается в проверке бухгалтерской отчетности экономического субъекта, осуществляемая независимой аудиторской организацией (или аудитором). Система финансового контроля и аудита в РФ. Виды (государственный, ведомственный, аудиторский, внутрихозяйственный) и методы (ревизия, аудит, тематическая проверка, следствие, служебное расследование) контроля. Цель аудита.

3. Правовые основы аудиторской деятельности.

Регулирование аудиторской деятельности. Основные правовые формы

предпринимательской деятельности в аудите. Требования, предъявляемые к аудиторским организациям и аудиторам. Права и обязанности аудитора, руководства и иных должностных лиц аудируемой фирмы. Аудиторские фирмы, их классификация и структура. Международные и национальные стандарты аудита.

4. Принципы аудита

Независимость, честность, объективность, профессиональная компетентность, конфиденциальность, профессионализм – нормы, которыми должен руководствоваться аудитор при выполнении своих профессиональных обязанностей.

5. Виды аудита. Сопутствующие виды аудиторских услуг.

Аудит классифицируется по разным признакам – вид деятельности проверяемого экономического субъекта; степень обязательности (обязательный, инициативный); состав и объем проверяемой документации (аудит годовой бухгалтерской отчетности, специальный аудит); вид исполнителя аудиторских услуг (внешний и внутренний аудит)

Перечень сопутствующих аудиту услуг устанавливается федеральными стандартами аудиторской деятельности – выполнение согласованных процедур в отношении финансовой информации; компиляция финансовой информации; обзорная проверка финансовой отчетности

6. Саморегулируемая организация аудиторов.

Определение саморегулируемой организации аудиторов. Требования, предъявляемые к членству в саморегулируемой организации. Права и обязанности саморегулируемой организации аудиторов.

Модуль 2. Осуществление аудиторской проверки

2.7. Начальная стадия и планирование аудита.

Согласование условий по проведению аудита. Предварительное изучение экономического субъекта. Оценка стоимости аудиторских услуг и оформление отношений с экономическим субъектом. Планирование аудита. Существенность в аудите. Три компонента аудиторского риска (неотъемлемый риск, риск средств контроля, риск необнаружения).

2. 8. Методические подходы к аудиторской деятельности.

Виды аудиторских процедур. Понятие аудиторской выборки. Организация выборочного исследования (величина выборки, единица наблюдения, единица отбора, метод отбора, объем выборки). Понятие «ошибка», «генеральная совокупность», «риск связанный с использованием выборочного метода и не связанный с ним». Аудиторские доказательства и процедура их получения. Документирование аудита.

2. 9. Аудиторское заключение.

Назначение аудиторского заключения. Порядок подготовки и основные элементы аудиторского заключения. Виды аудиторских заключений.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Инновационный менеджмент» (Б1.В.ОД.14)

1. Цель дисциплины – дать студентам основные знания в области инновационного менеджмента и подготовить к решению инновационных задач организации. В **основные задачи дисциплины** входит изучение роли инноваций в макро- и микроэкономическом контексте; знакомство студентов с теоретическими основами управления инновациями в организации; выработка навыков решения прикладных задач в области инновационного менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Знать:

- закономерности экономического и технологического развития общества;
- основные определения и терминологию в области инноваций
- закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях
- особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью
- роль и место управления инновациями в стратегии организации
- принципы и источники финансирования инновационной деятельности
- концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности
- закономерности формирования и развития национальных инновационных систем;
- основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности;

Уметь:

- классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами;
- прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов;
- формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией;
- проводить анализ инновационных проектов;
- прогнозировать инновационную деятельность на макро- и микроуровне;

Владеть:

- навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран;
- навыками анализа и оценки инновационных проектов;
- методами управления персоналом в инновационной организации.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1.

Введение. Периодизация теории инноваций. Основоположники теории инноваций – Й. Шумпетер, Н.Д. Кондратьев и др. Технологические уклады. «Руководство Осло» как основной методологический документ ОЭСР в области инноваций.

Тема 1. Определение и классификация инноваций.

Определение инновации. Соотношение идеи, изобретения и инновации. Инновационный процесс. Диффузия инноваций. Инновационная деятельность. Инновационный менеджмент.

Классификации инноваций. Продуктовая, процессная, маркетинговая, организационная инновации. Концепции новизны в инновациях. Базисные, улучшающие и псевдоинновации. Прорывные и поддерживающие инновации. Производственные и управленческие инновации. Организационный лаг.

Тема 2. Модели инновационных процессов.

Источники инноваций. Взгляды Й. Шумпетера. Линейные модели инновационных процессов. Модель продуктового цикла Абернети-Аттербек. Модель диффузии инноваций Роджерса. Модель Абернети-Кларк. Модель Хендерсон-Кларк. Модель Тиса. Циклическая модель технологической эволюции (Андерсон, Тушман). Технологическая S-образная кривая

(Фостер). Технологический разрыв. Модель прорывных и поддерживающих инноваций (Кристенсен).

Модуль 2. Стратегия инноваций.

Тема 3. Стратегия и тактика инноваций.

«Магический кристалл» инновационной стратегии. Основные источники и стратегии инноваций. Корпоративные стратегии роста. Конкурентные стратегии. Систематический подход к инновациям. Инновационные стратегии. Benchmarking. «Стратегия голубого океана».

Управление инновациями в компании. Факторы успеха инновации.

Аудит инновационного менеджмента. Измерители инноваций.

Прогнозирование инноваций. Корпоративный технологический Форсайт. Технологические дорожные карты.

Тема 4. Инновационная организация. Инновационная организация (адхократия) Г. Минцберга. Стимулы, способности и реализация инноваций в организации. Организационные характеристики, способствующие инновациям. Частично и полностью интегрированные инновационные организации. Закрытые и открытые модели инновационной деятельности. Модель открытых инноваций.

Организационная культура. Создание инновационной организационной культуры.

Тема 5. Управление проектами и портфелем НИОКР.

Определение НИОКР. Пространство НИОКР. Изменение характера управления НИОКР. Организация промышленных НИОКР. Стратегия НИОКР. Бюджет НИОКР. Эффективное управление НИОКР. Стратегии научно-технической деятельности. Управление НИОКР и исследовательскими проектами.

Модели выбора проектов. Критерии оценки проекта.

Матрица неопределенностей Пирсона. Матрица технологического портфеля. Модель стадий и шлюзов (Р. Купер). Венчурный совет.

Модуль 3.

Тема 6. Финансирование инновационной деятельности. Источники финансирования ИД. Государственное финансирование. Венчурный капитал. Источники венчурного капитала. Проблемы венчурного бизнеса в России. Прямые инвестиции. Бизнес-ангелы. Корпоративные инвесторы.

Тема 7. Инновационный и инвестиционный анализ. Комплексный подход к анализу эффективности инновационной деятельности. Коммерческий анализ. Научно-технический анализ. Социальный анализ. Экологический анализ. Порядок инновационного анализа. Финансово-экономический анализ. Статические и динамические методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

Модуль 4. Интеллектуальный и человеческий капитал.

Тема 8. Структура интеллектуального капитала. Управление знаниями в организации: цели, инструменты,

Тема 9. Интеллектуальная собственность. Понятия интеллектуальной собственности и интеллектуального каптала. Технологическая рента. Пирамида интеллектуальной собственности. Патент. Изобретение. Полезная модель. Промышленный образец. Товарный знак. Авторское право. Коммерческая тайна. Ноу-хау. За и против защиты интеллектуальной собственности.

Тема 10. Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации. Роли и личные качества персонала в инновационном процессе. Планирование, стимулирование, оценка и развитие карьеры.

Модуль 5.

Тема 9. Национальная инновационная система (НИС). Определение НИС. Технологическая глобализация и национальные особенности. Модели НИС. Факторы, определяющие НИС. Суммарный инновационный индекс как показатель инновационности государства. Структура НИС и взаимодействие ее элементов. Субъекты НИС. Роль государства. Организации инфраструктуры НИС. Недостатки НИС-подхода. НИС зарубежных стран.

Тема 10. НИС России. Законодательные основы инновационной деятельности в России. Субъекты и инфраструктура ИД (наукограды, технопарки, бизнес-инкубаторы и др.). Прямое и косвенное государственное стимулирование ИД. Проблемы ИД в России.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Бизнес-планирование» (Б1.В.ОД.15)

1. Цель дисциплины – получение студентами базовых знаний в области теории, методологии и методов бизнес-планирования и выработке практических навыков по разработке бизнес-плана. Обучающиеся в процессе изучения дисциплины осваивают современные информационные технологии по разработке бизнес-плана.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);
- умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

Знать:

- основные понятия, методологию и организацию процесса бизнес-планирования;
- основные методы и инструменты планирования и прогнозирования в бизнесе;
- методы анализа и оценки экономической эффективности проектов;
- современные информационные технологии в бизнес-планировании;

Уметь:

- собирать, оценивать, обрабатывать, проводить анализ и использовать информацию из разных источников;
- использовать технологию бизнес-планирования для разработки разделов бизнес-плана применительно к конкретным ситуациям современного российского бизнеса;

Владеть:

- методами поиска и формулировки бизнес-идей;
- методами разработки бизнес-планов создания нового бизнеса и развития организаций;
- методами финансового планирования, оценки экономической эффективности проектов;
- методами использования аналитических систем для разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности проектов.

3. Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.

Понятие предпринимательской идеи. Банк идей. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.

Понятие бизнес-плана. Его общая характеристика. Цели составления бизнес-плана.

Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.

Тема 2. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.

Цели и планы в бизнес организации. Их уровни и значение.

Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования. Бизнес - процессы и бизнес - проекты. Внутрифирменное планирование: стратегическое (перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее (тактическое).

Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирование. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью

Тема3. Организация планирования бизнеса.

Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в крупных фирмах: корпоративный уровень и уровень отдельных подразделений (стратегических бизнес-единиц).

Система бизнес-планирования в малых фирмах. Ее основные особенности, планирование бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся. Цикл бизнес-планирования в малом (среднем) предприятии.

Организация системы бизнес-планирования. Характеристика органов планирования. Новые функции плановых служб. Коллективный подход к планированию бизнеса. Механизм планирования бизнеса.

Информационные технологии в системе планирования бизнеса. Диагностика. Формирование стратегии. Планирование. Контроль.

Тема 4. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.

Функции бизнес-плана при управлении бизнесом. Управление текущей деятельностью и развитием предприятия. Управленческий бизнес-план. Управление предприятием. Принятие разовых решений по отдельным вопросам управления.

Типология бизнес-планов: управленческие; бизнес-планы проектов; разовые бизнес-планы.

Ключевые компоненты типового бизнес-плана: анализ окружающей среды и полное описание стратегии работы компании или реализации проекта в окружающей среде.

Анализ внешней бизнес-среды. Макросреда или среда косвенного воздействия. Микросреда или среда прямого воздействия.

Техника анализа внешней среды. Анализ внутренней среды. Потенциал предприятия и его основные блоки: товарный, технический, кадровый, финансовый, информационный.

Пример анализа внешней и внутренней среды. Описание стратегии деятельности компании (реализации проекта).

Тема 5. Аналитические разделы типового бизнес-плана.

Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.

Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме.

История бизнеса организации (описание отрасли, характеристика объекта бизнеса организации).

Правовой статус организации (юридический план). Организация и управление. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации.

Анализ рынка и конкуренции. Описание рынка. Маркетинговые мероприятия и решения, принимаемые фирмой-продуцентом. Направления исследования рынка. Стратегия маркетинга. Жизненный цикл продаж. Затраты на маркетинг.

Описание отрасли. Описание целевого рынка. Конкуренция.

Тема 6. Ключевые разделы типового бизнес-плана.

Маркетинговый план. Его структура и содержание. Определение спроса и возможностей рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинг-микс. Определение ценовой стратегии.

Операционный план. Производство. Закупки и дистрибьюция.

Производственный план. Производственная программа предприятия. Планируемый объем продаж. Потребности в основных фондах. Расчет потребности в ресурсах. Расчет потребности в персонале и заработной плате. Потребность в инвестициях. Исследовательские и внедренческие разработки.

Организационный план. Разработка организационной структуры фирмы. Функциональная, дивизиональная, командная структуры.

Финансовый план. Его основные разделы: инвестиционная политика; управление оборотным капиталом, дивидендная политика; ставка дисконтирования; финансовые прогнозы; учетная политика; система управленческого контроля.

Оценка и страхование риска. Хеджирование. Анализ риска. Основы финансового риска.

Тема 7. Основные элементы бизнес-планирования.

Стратегическое и инвестиционное планирование. Понятие, экономическое содержание и основные элементы стратегического планирования. Понятие и классификация стратегической цели организации (предприятия). Цели и стратегии реализации проектов. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи.

Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта. Финансовое планирование. Источники информации для составления финансового плана.

Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. План движения денежных средств. План прибыли и убытков. План распределения прибыли. Балансовый план.

Требования к основным документам финансового плана. Международные стандарты финансовой отчетности. Технология финансового планирования. Стратегии финансового проекта.

Тема 8. Технология бизнес-планирования.

Моделирование бизнес-процессов. Основные технологии продукции бизнес-планирования. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Два подхода к разработке бизнес-плана.

Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана.

Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании. Модели бизнеса и их отличие от стратегий бизнеса.

Особенности разработки моделей бизнес-процессов (материальных, информационных и финансовых потоков). Бизнес-процессы. Проект.

Тема 9. Управленческий бизнес-план.

Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Функции его.

Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Отличие его от типового бизнес-плана.

Общая схема разработки, структура и содержание типового управленческого бизнес-плана.

Общий план производства. Текущее состояние предприятия. Постановка целей компании. Постановка целей подразделения. Возможные расхождения между текущим и желаемым состоянием компании.

Составление планов подразделений. План продаж. Маркетинговый план. Операционный план. План производства. План закупок, в том числе план основных закупок. План по персоналу. Финансовый план.

Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана. Содержание системы контроля и корректировка. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-плана.

Тема 10. Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом.

Бизнес-проект как инновационный замысел. Бизнес-проект. Бизнес-идея. Разработка и реализация идеи. Классификация бизнес-проектов.

Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов. Бизнес-план инновационного проекта. Его разделы. Характеристика товара (услуг). Оценка рынка. Возможности (план) производства. Организация реализации проекта. Финансовый план. Составление бизнес-плана инвестиционного проекта с учетом международных стандартов.

Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы). Основные направления использования целевых бизнес-планов: антикризисное планирование; планирование совместной деятельности; планирование структурных преобразований. Планирование разовых финансовых операций и коммерческих сделок; и принятие других управленческих решений.

Макеты некоторых видов целевого бизнес плана. Бизнес-план продажи франшизы. Бизнес-план продажи существующего предприятия.

Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Использование бизнес-плана для роста капитала: венчурное финансирование проектов, банковское финансирование; финансовые фонды (компании). Презентация бизнес-плана.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**2,0**	**72**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**1,67**	**60**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансовый менеджмент» (Б1.В.ОД.16)

1. Цель дисциплины – дать студентам основные знания в области финансового менеджмента и подготовить к решению задач, связанных с привлечением и инвестированием финансовых ресурсов и управлением активами организации. В **основные задачи дисциплины** входит рассмотрение роли и места финансового менеджмента в компании; ознакомление студентов с теоретическими основами финансового менеджмента; выработка у студентов навыков решения прикладных задач в области финансового менеджмента.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

– умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе,

при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

Знать:

- фундаментальные концепции финансового менеджмента;
- принципы, способы и инструменты оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;

Уметь:

- оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;
- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- проводить оценку основных финансовых инструментов;
- проводить оценку инвестиционных проектов;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- применять модели управления запасами, планирования потребности организации в запасах;

Владеть:

- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента

Введение. Предмет финансового менеджмента. История развития финансового менеджмента. Задачи финансового менеджмента в компании. Структура финансовой службы в компании. Основные концепции, лежащие в основе принятия финансовых решений.

Тема 1. Финансовая отчетность компании

Бухгалтерский баланс как отражение имущественного состояния компании. Балансовое равенство. Структура и составляющие активов и пассивов.

Отчет о прибылях и убытках. Показатели эффективности хозяйственной деятельности компании.

Отчет о движении денежных средств. Источники и направления расходования денежных средств. Денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Составление отчета о движении денежных средств прямым и косвенным методами.

Последовательность формирования финансовых отчетов и их взаимосвязь.

Тема 2. Анализ финансовой отчетности компании.

Вертикальный и горизонтальный анализ.

Анализ с помощью финансовых коэффициентов.

Анализ ликвидности, деловой активности, финансовой устойчивости, рентабельности.

Анализ Дюпон.

Анализ отчета о финансовых результатах в формате МСФО. Смысл и использование понятия EBITDA.

Ограничения финансового анализа. Отраслевая специфика.

Выводы на основании анализа финансовой отчетности для принятия управленческих решений

Тема 3. Финансовое планирование

Понятие финансового планирования. Прогнозирование объема продаж и выручки – метод процента от продаж. Прогнозирование расходов и прибыли. Прогнозирование изменения финансового состояния. Использование Microsoft Excel для составления финансовых моделей.

Спонтанное финансирование. Самопроизвольный устойчивый рост (sustainable growth). Потребность во внешнем финансировании.

Модуль 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов

Тема 4. Основы финансовой математики.

Теория временной стоимости денег. Понятие будущей и текущей стоимости денег. Компаундирование и дисконтирование. Простые и сложные проценты. Кратность начисления процентов. Эффективная ставка. Переменные процентные ставки.

Понятие денежного потока, виды денежных потоков. Аннуитеты постнумерандо и пренумерандо. Компаундирование и дисконтирование аннуитетов. Кратность начисления процентов. Бессрочный аннуитет (вечная рента).

Использование Microsoft Excel для расчетов.

Тема 5. Доходность и риск.

Понятие дохода и доходности (рентабельности, нормы дохода). Источники дохода. Историческая и ожидаемая доходность.

Понятие риска. Мера риска. Анализ единичного риска: ожидаемая доходность, дисперсия, среднеквадратичное отклонение. Соотношение риска и доходности: коэффициент вариации.

Доходность и риск портфеля активов. Расчет ковариации, коэффициента корреляции. Систематический и несистематический риск. Понятие диверсификации.

Взаимосвязь риска и доходности: модель оценки капитальных (финансовых) активов (CAPM). Графические представление, использование, ограничения CAPM. Рыночное равновесие и эффективный фондовый рынок.

Тема 6. Оценка стоимости и доходности финансовых активов

Виды ценных бумаг. Долговые и долевые, эмиссионные и неэмиссионные ценные бумаги. Процедура эмиссии.

Свойства долговых ценных бумаг - облигаций. Основные характеристики облигации. Классификация облигаций. Виды доходностей: текущая, реализованная, доходность к погашению. Оценка стоимости и доходности купонных облигаций, оценка стоимости и доходности бескупонных облигаций.

Свойства долевых ценных бумаг. Акция. Основные характеристики акции. Классификация акций. Оценка стоимости акций с постоянным дивидендом, оценка стоимости акций с изменяющимся дивидендом. Формула Гордона. Оценка доходности акций.

Модуль 3. Инвестиционная стратегия компании

Тема 7. Инвестиционная стратегия компании.

Процесс разработки инвестиционной стратегии. Экономическая сущность и классификация инвестиций. Особенности реальных инвестиций. Понятие и виды инвестиционных проектов.

Тема 8. Критерии принятия инвестиционных решений

Статические и динамические критерии принятия инвестиционных решений - учетная норма доходности (Accounting Rate of Return, ARR), срок окупаемости (Payback Period, PP), дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period, DPP), чистая приведенная стоимость (Net Present Value, NPV), внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return. IRR), модифицированная внутренняя норма доходности (Modified Internal Rate of Return, MIRR). индекс рентабельности инвестиции (Profitability Index, PI), их преимущества и недостатки

Использование MS Excel для расчетов.

Тема 9. Расчет денежных потоков инвестиционного проекта

Приростной подход при расчете денежных потоков. Структура денежных потоков: связанные с началом проекта, в процессе реализации проекта, связанные с завершением проекта. Расчет денежных потоков.

Учета инфляции и риска в инвестиционном анализе.

Модуль 4. Финансовая стратегия компании

Тема 10. Стоимость капитала.

Понятие стоимости капитала. Стоимость заемного капитала. Стоимость внутреннего и внешнего собственного капитала (модель постоянного дивиденда, модель постоянного роста); стоимость Структура капитала и ее влияние на стоимость: модель средневзвешенной стоимости капитала. Маржинальная стоимость капитала.

Тема 11. Структура капитала.

Целевая структура капитала. Операционный и финансовый риски. Операционный и финансовый рычаги. Комбинированный рычаг. Преимущества и недостатки собственного и заемного финансирования.

Теории структуры капитала. Модель Миллера-Модильяни. Оптимальная структура капитала. Факторы, определяющие структуру капитала на практике.

Тема 12. Дивидендная политика

Сущность дивидендной политики. Теории влияния дивидендной политики на стоимость компании. влияющие на дивидендную политику. Дивидендная политика на практике. Формы выплаты дивидендов.

Тема 13. Инструменты долгосрочного финансирования

Финансирование собственного капитала: эмиссия, категории акций; механизмы привлечения акционерного капитала. Формирование добавочного и резервного капитала; факторы, влияющие на распределение прибыли. Прямые инвестиции. Виды прямых инвестиций.

Средне- и долгосрочное заемное финансирование. Банковский кредит: стоимость, процедура получения, достоинства и недостатки. Использование долговых ценных бумаг (корпоративные облигации, кредитные ноты, варранты, векселя, складские свидетельства). Альтернативные источники финансирования – лизинг, ECA-, LBO-финансирование, финансирование от поставщиков оборудования, проектное финансирование.

Модуль 5. Управление оборотным капиталом.

Тема 14. Управление оборотными активами.

Политика предприятия в области оборотного капитала; компоненты оборотного капитала; Операционный, производственный и финансовый циклы.

Управление денежными средствами и их эквивалентами. Целевое сальдо денежных средств. Структура портфеля краткосрочных финансовых вложений.

Управление дебиторской задолженностью (ДЗ). Выработка кредитной политики. Анализ кредитоспособности покупателя. Процедуры и политики взыскания ДЗ.

Анализ и управление производственными запасами. ABC-метод контроля запасов. Определение оптимального объема заказа.

Тема 15. Финансирование оборотных активов

Консервативный и агрессивный подходы к финансированию оборотных активов.

Роль кредиторской задолженности. Краткосрочные кредиты – виды.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа (СР):	**4,31**	**155**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	4,31	155
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Цифровая экономика» (Б1.В.ОД.17)

1. Целью преподавания дисциплины является формирование у обучающихся компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в условиях цифровой трансформации экономики и общества, а также получение знаний о работе отдельных хозяйствующих субъектов на цифровых рынках.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Знать:

- движущие силы цифровой трансформации общества;
- государственную политику в области регулирования цифровой экономики;
- специфику форм государственного предпринимательства и сотрудничества с бизнесом при формировании цифровой экономики
- современные инструменты интернет-маркетинга.

Уметь:

- выделять и соотносить негативные и позитивные последствия цифровой трансформации общества;
- определять степень воздействия факторов цифровой экономики на возможности ведения бизнеса и на общество в целом;
- вносить предложения руководству предприятия по внедрению корпоративной мобильности, виртуализации и облачных технологий, а также мобильных информационных систем в отечественных предприятиях;
- производить оценку применимости новых информационных технологий и систем управления в конкретных условиях.
- владеть:
- методами оценки социально-экономической политики и функций государства в новых технологических условиях;
- теоретическими знаниями и навыками работы с современной информационной инфраструктурой передовых предприятий;
- умением и навыками работы с инновационным информационным обеспечением коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности организации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение.

Цели и задачи курса. Структура излагаемого материала. Основные понятия, определения, терминология.

Модуль 1. Сущность и технологические основы цифровой экономики.

Четвертая промышленная революция и информационная глобализация. Экономика знаний как основа развития цифровой экономики. Основные возможности информационной (сетевой) экономики. Новые экономические законы. Влияние информационной экономики на основных участников экономических отношений (покупателей, производителей и государство) Новый «Цифровой» мир. Цифровая экономика и как ее строить. Основные черты, риски и проблемы цифровой экономики. Инфраструктура цифровой экономики. Движущие силы цифровой трансформации и ее измерение. Носимый интернет и цифровиденье. Облачные хранилища данных. Интернет вещей, умный дом и умные города. Искусственный интеллект, робототехника и 3-D печать: преимущества и недостатки. Решение экологических проблем в цифровой экономике.

Модуль 2. Цифровая трансформация экономики. Бизнес на цифровых рынках.

Инновационная инфраструктура цифровой экономики. Шестой технологический уклад. Технопарки и научно-исследовательские центы. Понятие цифровых продуктов, цифрового рынка, цифровой компании. Влияние цифровых компаний на экономику. Изменения на рынках труда и капитала в условиях цифровой экономики. Новая организация реального сектора и экономических отношений. Характер конкуренции в цифровой экономике. Цифровые риски и решение проблем цифровой безопасности. Роль больших данных (big data) в принятии решений в экономике и финансах. Цифровая трансформация в сфере связи и телекоммуникаций. Прогнозирование социально-экономических процессов в режиме реального времени. Предприятие в условиях цифровой экономики. Экономический анализ деятельности современного предприятия. Корпоративная мобильность предприятия. Оперативность управления, обеспечиваемая корпоративной мобильностью. Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки. Социальная коммерция. Сущность и правовые основы электронной торговли в современной России. Динамика развития электронной торговли в Российской Федерации. Мобильная коммерция. Информационные сети электронного бизнеса. Соотношение электронного бизнеса, электронной и мобильной коммерции. Современные информационные технологии в деятельности организации.

Модуль 3. Современные инструменты маркетинга в цифровой экономике.

Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций. Маркетинговые коммуникации в Интернете. Методы продвижения продукции в Интернете. Контекстная реклама. Поисковое продвижение (SEO). E-mail-маркетинг. SMM: стратегия коммуникаций в социальных медиа. Работа с сообществами. Создание сообществ на различных площадках (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram). Таргетированная реклама в социальных сетях. Видеоблогинг как новый вид бизнеса и продвижения товаров. Мобильный маркетинг. Веб-аналитика. Основы нейромаркетинга.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,16	6
Практические занятия	0,17	6
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ (ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Прикладная физическая культура»

1 Цель дисциплины: овладение методологией научного познания физической культуры и спорта; знание исторических, научных и педагогических основ физической культуры, спорта и здорового образа жизни; овладение системой теоретических знаний, 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; изучение теоретических, технических и тактических приемов одного из видов спорта.

2 В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7).

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и спорта, здорового образа жизни;
- социально-биологические основы физической культуры;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и самоконтроля, оценки физического развития и физической подготовленности.

Уметь:

- составлять комплекс упражнений для самостоятельных занятий физической культурой;
- составлять и выполнять индивидуально подобранные комплексы по физической культуре и различным видам спорта;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;
- применять полученные теоретические знания в повседневной, образовательной и профессиональной деятельности;
- самостоятельно совершенствовать и развивать свой культурный уровень в области истории физической культуры;
- оперировать тематическим понятийным аппаратом современной физической культуры;
- выполнять задания, связанные с самостоятельным анализом и обработкой информации по изучаемым темам.
- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий.

Владеть:

- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования;
- теоретическими, техническими и тактическими навыками в одном из видов спорта;
- навыками критического мышления, обобщения и анализа информации, постановки целей и выбора пути ее достижения;
- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей.

3 Краткое содержание дисциплины

Курс дисциплины **«Прикладная физическая культура»** реализуется через вариативный компонент (элективный модуль) 328 акад. часов (контактная работа + самостоятельная работа студентов), в зачетные единицы не переводится, является обязательным для исполнения при ***заочной форме обучения.***

Курс дисциплины **«Прикладная физическая культура»** заканчивается зачетом в конце каждого четного семестра. Контроль осуществляет объективный учет процесса и результатов учебной деятельности студентов и осуществляется по принятой в университете рейтинговой системе для студентов ОЗ и ЗО обучения.

У студентов заочного отделения нет практических занятий в спортивном зале (!). Изучение дисциплины – теоретическое.

Программа рассчитана на изучение дисциплины **«Прикладная физическая культура»** в течение шести семестров и предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую подготовку в области дисциплины «Физическая культура».

Критерием успешности освоения учебного материала является экспертная оценка преподавателя, учитывающая своевременность и полноту выполнения домашних заданий, четкость и полноценность выполнения контрольных работ и практического задания, знаний теоретического раздела дисциплины.

Модуль 1. Теоретическо-методические основы физической культуры.

1. Оздоровительная направленность – как важнейший принцип системы физического воспитания. Основы построения оздоровительной тренировки.
2. Физкультурно-оздоровительные методики и системы.
3. Оценка состояния здоровья и физической подготовленности занимающихся физической культурой и спортом.

Модуль 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО.

1. Появление и внедрение комплекса ГТО
2. Воспитание физических качеств обучающихся (отдельные качественные стороны двигательных возможностей человека).

Модуль 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий.

1. Характеристика спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий.
2. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Организация спортивных мероприятий. Инвент-менеджмент в спорте.
3. Основные понятия этики спорта. Fair Play. Профилактика нарушений спортивной этики (борьба с допингом в спорте). ВАДА.

Вид учебной работы	Ак. час.	Семестры		
		II	IV	VI
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**328**	**72**	**144**	**112**
Аудиторные занятия (всего)	**12**	**4**	**4**	**4**
Лекции (Лек)	12	4	4	4
Практические занятия (ПЗ)	-	-	-	-
Самостоятельная работа	**304**	64	136	104
Вид итогового контроля		**Зачет (4)**	**Зачет (4)**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы технологий производственных процессов» (Б1.В.ДВ.1.1)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов технологического мышления, базирующего на общих закономерностях формирования, функционирования и развития технологических процессов и их систем, являющихся основным объектом управления в производстве, важнейшим элементом, с которого начинается усовершенствование производства.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- профессиональными:
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

Знать:

- основные технологические принципы химико-технологических производств;

Уметь:

- оценить производственный объект с точки зрения совершенства применяемых технологий;

Владеть:

- методами анализа конкурентоспособности химико-технологического объекта.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Основные понятия и характеристики технологических производственных процессов.

Введение

Цели, задачи и предмет курса. Связь с предметами общеинженерного цикла и специальными дисциплинами.

1.1. Основные понятия и определения.

Исторические этапы развития систем технологических процессов.

Связь технологии с экономикой.

1.2. Понятие о технологических процессах: принципы их классификации.

Виды технологии в зависимости от сферы применения.

Основные требования к технологическим процессам: получение необходимого продукта, экологическая безопасность, безопасность и надежность эксплуатации оборудования, максимальное использование сырья и энергии, максимальная производительность труда.

1.3. Компоненты промышленного производства:

Переменные компоненты: сырье, вспомогательные материалы, продукты, отходы производства, энергия.

Постоянные компоненты: аппаратура, устройства контроля и управления, строительные конструкции, обслуживающий персонал.

1.4. Способы организации процессов - периодический, непрерывный, смешанный, циклический.

1.5. Экономические показатели, определяющие эффективность промышленного производства:

Себестоимость и качество продукции, производительность труда.

1.6. Эксплуатационные показатели технологического процесса:

Надежность, безопасность функционирования, чувствительность к нарушениям режима, управляемость и регулируемость.

1.7. Социальные показатели: безвредность обслуживания, степень автоматизации и механизации, экологическая безопасность.

1Общие положения по технике безопасности и охране труда на промышленных предприятиях.

1.8. Материальные и энергетические (тепловые) балансы технологических процессов.

1.9. Сырье, вода и энергия в промышленности.

Классификация сырьевых ресурсов по различным признакам - фазовому состоянию, происхождению, источникам.

Минеральное сырье (руды и полезные ископаемые), органическое природное сырье (горючие ископаемые), растительное и животное сырье, вторичное сырье - их использование и пути переработки.

Основные способы первичной обработки сырья (обогащение, очистка, подготовка к транспортировке и переработке).

Понятие, сущность и примеры углубления использования сырья, комбинирования производств и комплексной переработки сырья.

1.10. Значение и использование воды в химических производствах. Источники воды и характеристики воды различного происхождения. Требования к технологической и бытовой воде. Промышленная подготовка воды и методы ее очистки от примесей. Основные методы контроля качества воды.

Экономия водопотребления в производстве. Водооборотные системы.

1.11. Виды и источники энергии в промышленности. Масштабы ее потребления и способы уменьшения энергетических затрат. Сущность и примеры регенерации энергии. Энерготехнологические системы. Вторичные энергетические ресурсы.

Модуль 2. Основные технологические процессы производства промышленных материалов.

2.1. Значение и основные закономерности химико-технологических процессов.

2.1.1. Роль химических и физических процессов в промышленном производстве.

2.1.2. Основные закономерности. определения и классификация химических процессов.

2.1.3. Понятие о скорости и равновесии химических процессов.

2.1.4. Выход продукции в химико-технологических процессах.

2.1.5. Общие принципы интенсификации химико-технологических процессов.

2.2. Высокотемпературные процессы.

2.2.1. Сущность и значение высокотемпературных процессов.

2.2.2. Высокотемпературные процессы в металлургии.

2.2.3. Высокотемпературные процессы в производстве строительных материалов.

2.2.4. Высокотемпературная переработка топлива.

2.2.5. Высокотемпературные процессы в химической промышленности.

2.3. Электрохимические процессы.

2.3.1. Значение и сущность электрохимических процессов.

2.3.2. Электролиз водных растворов.

2.3.3. Гидроэлектрометаллургия.

2.3.4. Электролиз расплавленных сред.

2.4. Каталитические процессы.

2.4.1. Роль каталитических процессов.

2.4.2. Применение каталитических процессов в промышленности.

2.4.3. Каталитические процессы нефтепереработки.

2.5. Биотехнологические процессы.

2.6. Фотохимические процессы, радиационно-химические процессы, плазмохимические процессы.

2.7. Основные химические производства.

2.7.1. Производство серной кислоты.

2.7.2. Технология связанного азота.

2.7.3. Технология солей и удобрений.

Минеральные соли в сельском хозяйстве. Минеральные удобрения и их классификация.

Основные процессы производства комплексных и концентрированных удобрений: двойного суперфосфата и фосфатов аммония, нитроаммофоса и нитроаммофоски.

Производство калийных солей. Процессы политермические и флотационные.

Методы улучшения свойств удобрений: гранулирование, концентрирование, капсулирование и др. Значение и перспективы производства жидких удобрений.

2.7.4. Технология тугоплавких неметаллических материалов (силикаты).

Виды и применение изделий силикатной промышленности. Типовые процессы технологии силикатов. Производство портландцемента. Получение стекла и ситаллов. Производство керамики.

2.7.5. Переработка нефти и нефтепродуктов.

Роль нефти в энергетическом балансе страны. Запасы нефти. Состав и свойства нефти. Подготовка нефти к переработке. Физические и химические методы переработки нефти. Термический крекинг. Каталитический риформинг и платформинг. Пиролиз нефтепродуктов.

2.7.6. Технология органических соединений.

Промышленный органический синтез, его развитие и значение. Сырьевая база и исходные вещества.

2.7.8. Технология высокомолекулярных соединений.

Характерные особенности технологии высокомолекулярных соединений. Сырьевая база для производства полимеров.

Производство пластмасс. Основные типы пластмасс: термопластичные и термоактивные. Полиэтилен; свойства и области применения полиэтилена.

Поливинилхлорид. Полистирол. Фторопласты. Методы их производства и переработки, свойства и применения.

Производство каучуков. Общая характеристика каучуков. Натуральный и синтетический каучуки. Строение и свойства каучуков, принципы получения. Виды каучуков. Переработка каучука в резину. Ингредиенты резиновых смесей, вулканизация, старение резины и борьба с ним. Свойства и применение резин.

2.7.9. Современные тенденции в развитии химической технологии.

Новые химико-технологические процессы и способы получения продуктов.

Перспективные источники сырья и энергии.

Энерго-ресурсосберегающие технологии.

4.Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции (Лек)	0,44	16
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**3,45**	**124**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,45	124
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Общая химическая технология» (Б1.В.ДВ.1.2)

1. Цель дисциплины – формирование у студентов технологического мышления, базирующего на общих закономерностях формирования, функционирования и развития технологических процессов и их систем, являющихся основным объектом управления в производстве, важнейшим элементом, с которого начинается усовершенствование производства.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- профессиональными:
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

Знать:

- основные технологические принципы химико-технологических производств;

Уметь:

- оценить производственный объект с точки зрения совершенства применяемых технологий;

Владеть:

- методами анализа конкурентоспособности химико-технологического объекта.

3. Краткое содержание дисциплины.

Модуль 1. Основы химико-технологических процессов.

1.1. Введение в химическую технологию.

1.2 Химическая технология и химические производства.

Определение химической технологии как науки и способа производства. Классификация химических производств по различным признакам. Место химической технологии в промышленной сфере и методов химической технологии в нехимических отраслях промышленности.

Содержание и задачи учебного курса.

1.3. Физико-химические закономерности в химической технологии.

Стехиометрические закономерности. Стехиометрические уравнения - определение, запись. Простые и сложные реакции. Система стехиометрически независимых уравнений. Степень превращения, выход продукта, избирательность процесса. Основы расчета количеств и концентраций компонентов в реагирующей смеси.

Термодинамические закономерности. Энергия Гиббса и возможность протекания реакции. Тепловой эффект реакции, экзо- и эндотермические реакции. Химическое равновесие в реагирующей смеси - константа равновесия, равновесная степень превращения. Равновесный состав реагирующей смеси и определение термодинамически максимального выхода продуктов. Способы изменения равновесного состава реагирующей смеси.

Кинетические закономерности. Схема превращения. Скорость превращения вещества и скорость реакции, их определение и взаимосвязь для простой и сложной реакций. Кинетическое уравнение, зависимость скорости реакции от температуры и концентрации. Константа скорости реакции и уравнение Аррениуса.

1.4. Химико-технологический процесс.

Понятие, структура, компоненты (процессы). Классификация и назначение отдельных процессов. Способы организации процессов - периодический, непрерывный, смешанный, циклический.

Описание химико-технологического процесса. Химическая схема. Графические схемы - функциональная, технологическая, операторная. Математическое описание химико-технологического процесса. Примеры и использование.

1.5. Материальные и тепловые балансы химико-технологических процессов.

Основы составления материального и теплового балансов.

Материальный баланс различных систем - без химических превращений, реагирующий, с фазовыми переходами. Способы расчета и представления. Оценка эффективности и использования сырьевых ресурсов.

Тепловой баланс. Способы расчета и представления. Оценка эффективности использования энергетических ресурсов по энтальпии, полной энергии и эксергии.

Модуль 2. Процессы и аппараты химической технологии.

2.1. Введение.

Процессы химической технологии и явления переноса, химических и физических превращений в них.

Моделирование как научный метод исследования процессов. Физическое и математическое моделирование. Теория подобия как научная основа физического моделирования. Теоремы подобия, критерии подобия и критериальные уравнения. Математическое моделирование - основной метод исследования химических процессов. Схема математического моделирования и структура математической модели. Использование методов моделирования при исследовании и разработке химико-технологического процесса.

2.2. Гидро- и аэродинамические процессы.

Основы гидравлики. Физические свойства жидкостей и газов. Основные уравнения гидростатики и их практическое применение.

Основные закономерности движения жидкостей в открытом и стесненном пространствах - уравнения движений Эйлера, уравнения Бернулли, Стокса, Пуазейля. Сопротивление движению потоков. Основные закономерности и особенности движения вязких сред (коллоидных и пластичных систем).

Перемещение газов и жидкостей. Общие сведения о насосах и компрессорах, их основные характеристики.

Движение тел в вязкой среде, сопротивление их движению. Законы Ньютона и Стокса. Закономерности разделения двухфазных систем методами осаждения гравитационного и центробежного. Примеры аппаратурных решений и их расчета.

2.3. Тепловые процессы.

Молекулярный перенос теплопроводностью. Закон Фурье и уравнение теплопроводности.

Теплоперенос в движущейся среде. Конвективный теплообмен. Закон Ньютона, уравнения Фурье-Кирхгофа. Перенос к поверхности раздела фаз, коэффициент теплоотдачи. Критериальные уравнения. Основные закономерности переноса через многослойную среду, коэффициент теплоотдачи.

Тепловое излучение. Формулы Стефана-Больцмана и Кирхгофа**.** Теплопередача излучением между телами.

Назначение и виды теплообменных процессов и оборудования, основы их расчета.

2.4. Массообменные процессы.

Молекулярный перенос - диффузия молекулярная и кнудсеновская. Уравнения Фурье. Межфазный перенос. Условие и описание межфазного равновесия, термодинамические основы. Изменение состава фаз при межфазном переносе и способы его выражения. Диаграммы фазового равновесия для различных систем. Кинетика межфазного переноса - механизм, основные уравнения дифференциальные и критериальные.

Основные массообменные процессы и аппараты - абсорбционные, адсорбционные, ректификационные. Методы их расчета.

2.5. Химические процессы и реакторы.

Кинетические закономерности химических превращений.

Классификация химических процессов. Химические процессы "газ-твердое", "газ-жидкость", каталитические. Основные закономерности, особенности, пути интенсификации.

Химические реакторы. Основы построения их моделей. Режимы идеального смешения и вытеснения, периодический и непрерывный, изотермический и с теплообменом. Основные закономерности, свойства, особенности, пути интенсификации.

Химические реакторы. Основы построения математических моделей. Режимы идеального смешения и вытеснения, периодический и непрерывный, изотермический и с теплообменом. Основные закономерности, свойства, особенности, сопоставление, расчет, применение. Примеры реакторов для различных процессов.

Модуль 3. Химико-технологические системы.

3.1. Химическое производство, как химико-технологическая система.

Химическое производство - основные определения, функции, структура, компоненты. Основные показатели химического производства - технические, экономические, эксплуатационные, социальные.

Химическое производство как химико-технологическая система (ХТС). Системный анализ как научный метод исследования и разработки ХТС.

Задачи исследования (изучения) ХТС - синтез (разработка химико-технологического процесса) и анализ.

3.1.1. Сырьевые ресурсы, вода и энергия в химическом производстве.

Классификация сырьевых ресурсов по различным признакам - фазовому состоянию, происхождению, источникам.

Минеральное сырье (руды и полезные ископаемые), органическое природное сырье (горючие ископаемые), растительное и животное сырье, вторичное сырье - их использование и пути переработки.

Основные способы первичной обработки сырья (обогащение, очистка, подготовка к транспортировке и переработке).

Понятие, сущность и примеры углубления использования сырья, комбинирования производств и комплексной переработки сырья.

Значение и использование воды в химических производствах. Источники воды и характеристики воды различного происхождения. Требования к технологической и бытовой воде. Промышленная подготовка воды и методы ее очистки от примесей. Основные методы контроля качества воды.

Экономия водопотребления в производстве. Водооборотные системы.

Виды и источники энергии в химической промышленности. Масштабы ее потребления и способы уменьшения энергетических затрат. Сущность и примеры регенерации энергии. Энерготехнологические системы. Вторичные энергетические ресурсы.

3.1.2. Анализ ХТС.

Состояние ХТС. Материальный и тепловой балансы ХТС.

3.1.3. Синтез ХТС.

Основные концепции создания химико-технологических процессов: максимальное использование сырья и энергии, минимизация отходов, максимальная эффективность использования оборудования, - и способы их достижения.

3.2. Основные химические производства.

3.2.1. Производство серной кислоты.

Виды серосодержащего сырья. Типы печей для обжига сульфидных руд и элементарной серы. Печи с псевдоожиженным (кипящим) слоем. Использование отходящих сернистых газов цветной металлургии и тепловых электростанций, серы и сероводорода при переработке сернистой нефти.

Физико-химические основы и схемы контактного способа производства серной кислоты; равновесные и кинетические условия, катализаторы. Устройство контактного узла и абсорбционной аппаратуры. Пути интенсификации сернокислотного производства. Применение кислорода и давления.

Технологическая схема ДК/ДА производства H_2SO_4 из серного колчедана контактным методом, как пример реализации теоретических разделов курса с позиций физико-химического обоснования организации процессов в промышленных аппаратах и системе в целом.

3.2.2. Технология связанного азота.

Синтез аммиака. Способы получения азотоводородной смеси: производство азота, водорода и кислорода разделением газовых смесей глубоким охлаждением; конверсионные способы получения азотоводородной смеси из генераторного газа, природного газа; способы получения водорода из коксового газа, воды и др. Очистка газов.

Физико-химические основы процесса синтеза аммиака (термодинамические и кинетические особенности). Катализаторы синтеза аммиака. Выбор оптимальных условий синтеза.

Технологическая схема производства аммиака, как пример реализации теоретических разделов курса с позиций физико-химического обоснования организации процессов в промышленных аппаратах и системе в целом.

Производство азотной кислоты. Окисление аммиака и окислов азота. Хемосорбция окислов азота. Физико-химические основы технологических процессов. Применение давления, кислорода. Особенности процесса концентрирования азотной кислоты.

Энерготехнологическая схема производства разбавленной HNO_3 под давлением 7,3 атм, как пример реализации теоретических разделов курса с позиций физико-химического обоснования организации процессов в промышленных аппаратах и системе в целом.

Производство нитрата аммония. Использование тепла реакции. Методы улучшения физических свойств. Синтез мочевины. Физико-химические условия и схемы производства.

3.2.3. Технология солей и удобрений.

Минеральные соли в сельском хозяйстве. Минеральные удобрения и их классификация.

Основные процессы производства комплексных и концентрированных удобрений: двойного суперфосфата и фосфатов аммония, нитроаммофоса и нитроаммофоски.

Производство калийных солей. Процессы политермические и флотационные.

Методы улучшения свойств удобрений: гранулирование, концентрирование, капсулирование и др. Значение и перспективы производства жидких удобрений.

3.2.4. Технология тугоплавких неметаллических материалов (силикатов).

Виды и применение изделий силикатной промышленности. Типовые процессы технологии силикатов. Производство портландцемента. Получение стекла и ситаллов. Производство керамики.

3.2.5. Переработка нефти и нефтепродуктов.

Роль нефти в энергетическом балансе страны. Запасы нефти. Состав и свойства нефти. Подготовка нефти к переработке. Физические и химические методы переработки нефти. Термический крекинг. Каталитический риформинг и платформинг. Пиролиз нефтепродуктов. Характеристика топлив и смазочных масел, очистка и стабилизация топлив.

3.2.6. Переработка твердого горючего ископаемого сырья.

Виды и состав сырья, основные направления переработки. Коксование – характеристика процесса, коксовые печи, переработка коксового газа. Газификация твердого топлива – получение генераторного, полуводяного и водяного газа, подземная газификация.

3.2.7. Технология органических соединений.

Промышленный органический синтез, его развитие и значение. Сырьевая база и исходные вещества.

Производство непредельных углеводородов. Ацетилен. Производство ацетилена методом электропиролиза и в плазме. Физико-химические основы процесса. Сырье. Получение ацетилена термоокислительным пиролизом. Физико-химические основы процесса. Переработка ацетилена.

Производство этилена и пропилена. Сырье. Физико-химические основы процесса дегидрирования углеводородов. Производство этилена из этана и пропилена, пропана и бутана. Производство этилена и пропилена пиролизом бензина. Методы выделения и тонкой очистки этилена и пропилена. Технологическая схема. Пути использования.

Производство изобутилена. Производство стирола, выделение и стабилизация.

Производство диеновых углеводородов.

Производство бутадиена - 1,3. Краткий обзор методов производства дивинила. Производство дивинила дегидрированием н-бутана в одно- и двухступенчатом процессах. Физико-химические основы процесса.

Производство изопрена. Значение изопрена. Обзор промышленных методов синтеза изопрена. Производство изопрена дегидрированием изопрена. Физико-химические основы процесса.

Производство кислородсодержащих органических соединений.

Получение синтез-газа.

Синтез метанола. Физико-химические основы процесса. Катализаторы. Синтезы на основе метанола. Перспективы производства метанола. Физико-химические основы процесса.

Производство высших спиртов.

3.2.8. Технология высокомолекулярных соединений.

Характерные особенности технологии высокомолекулярных соединений. Сырьевая база для производства полимеров.

Производство пластмасс. Основные типы пластмасс: термопластичные и термоактивные. Полиэтилен; свойства и области применения полиэтилена.

Поливинилхлорид. Полистирол. Фторопласты. Методы их производства и переработки, свойства и применения.

Фенолальдегидные полимеры. Новолачные и резольные смолы, особенности их строения, производство, свойства и области применения. Мочевиноальдегидные смолы, способы получения. Свойства и применение. Кремнийорганические полимеры. Особенности производства, свойства и области применения.

Производство каучуков. Общая характеристика каучуков. Натуральный и синтетический каучуки. Строение и свойства каучуков, принципы получения. Виды каучуков. Переработка каучука в резину. Ингредиенты резиновых смесей, вулканизация, старение резины и борьба с ним. Свойства и применение резин.

3.2.9. Современные тенденции в развитии химической технологии.

Новые химико-технологические процессы и способы получения продуктов.

Перспективные источники сырья и энергии.

Энерго-ресурсосберегающие технологии.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,44**	**16**
Лекции (Лек)	0,44	16
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**3,45**	**124**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,45	124
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммерческая деятельность» (Б1.В.ДВ.2.1)

1. Цель дисциплины состоит в формировании у студентов систематизированного и научно-обоснованного подхода к коммерческой деятельности, освоении прикладных знаний в области организации и технологии торговли в современных условиях.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

Знать:

- основы коммерческого делопроизводства и делового протокола;
- классификации товаров и услуг, основы коммерческого товароведения;

Уметь:

- организовать сбор конъюнктурной информации для обеспечения коммерческой деятельности;
- работать с коммерческой, технической и нормативно-правовой документацией;
- координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений
- осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Владеть:

- навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов;
- навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

3. Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Предмет и практическое значение дисциплины «Коммерческая деятельность».

Понятия: предпринимательство, бизнес, Коммерческая деятельность, торговля. Их взаимосвязь, единство и различия. Генезис коммерции от первобытного до постиндустриального и глобального информационного общества. Торговля как форма реализации потребительских товаров и средств производства. Роль и место коммерческой деятельности в современной системе разделения труда. От Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ - 1947г.) - к Всемирной торговой организации (ВТО - 1995г.).

Классификация основных коммерческих операций по формам сделок и расчетов, видам поставок товаров и оказания услуг. Оптовая и розничная торговля. Товарные и сырьевые биржи. Торговые фирмы и брокерские компании. Ярмарки, аукционы, аренда, лизинг, факторинг во внутренней и международной торговле. Гражданское право как основной нормативный регулятор коммерческой деятельности. Значение антимонопольного законодательства и защиты прав потребителя в условиях коммерческой конкуренции.

Тема 2. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Основные источники конъюнктурной информации.

Виды информационных ресурсов, необходимых для организации и осуществления успешной коммерческой деятельности: средств массовой информации, общеэкономические и корпоративно-отраслевые и рекламные издания, источники международной и отечественной статистики, современные информационные системы, общедоступные и коммерческие Веб-ресурсы.

Источники информации о товаропроизводителях и товарах: фирменные каталоги и справочники; отраслевые справочники и специализированные базы (банки) данных; специализированные компании и организации типа “Dun&Bradstreet”, система “Dialog”; Фонд поддержки предпринимательства - ФПП; Государственная система каталогизации продукции – ГСКП и др. Товарный знак. Системы кодирования. Знаки сопровождения. Знаки безопасности. Знаки отличия. Евронаклейки.

Понятие информационно-аналитической работы, особенности подготовки и обновления текущих досье по основным субъектам, влияющим на собственную коммерческую деятельность: по существующей и потенциальной клиентуре, по партнерам-поставщикам, по основным конкурентам, по научно-техническим инновациям, по коммерческо-правовой политике властей.

Тема 3. Охрана коммерческой информации.

Понятие коммерческой информации и тайны. Понятие служебной - деловой и технической информации. Возможная величина ущерба от разглашения коммерческих секретов. Особенности кадровой политики по отношению к их носителям. Коммерческий и научно-промышленный шпионаж. Уровни гражданской, административно-служебной и уголовной ответственности.

Отечественный и зарубежный опыт сохранения секретной информации. Уровни и грифы ограничения доступа к информации: “Для служебного пользования” и “Confidential”, “Секретно” и “Strictly Confidential”, “Особо важно” и “Top Secret”.

Практика отнесения сведений к служебной и коммерческой тайне. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Особенности охраны коммерческой информации в компьютерных информационных системах и сетях. Хартия глобального информационного общества.

Тема 4. Деловой протокол и деловая этика. Ведение переговоров.

Понятие этики и этикета в коммерческой деятельности. Деловой протокол. Нормы делового этикета, обмена визитными карточками, рекламными буклетами и другой информацией корпоративного и персонального характера. Вручение сувениров и образцов продукции. Подарки в связи с личными, корпоративными и другими праздниками, их виды и стоимость. Принципы составления и обновления листов рассылки поздравлений, пресс-релизов и другой информации.

Этический кодекс коммерсанта-предпринимателя.

Правила подготовки к переговорам, назначению их места, времени и состава участников. Составление плана переговоров, определение минимальных и максимальных целей и средств их достижения. Процедура переговоров в офисе и ресторане. Напитки и меню. Основные правила ведения переговоров.

Тема 5. Правила деловой переписки и основы коммерческого делопроизводства.

Роль и основные виды коммерческой переписки: запрос, оферта, рекламация, выставление счетов, подтверждение оплаты, отказ от поставки и т.д. Формы переписки: письмо, телеграмма, факс, электронное письмо и особенности их оформления. Основные требования к содержанию и форме сообщений. Понятие обязательных реквизитов. Разграничение прав подписи. Понятие электронно-цифровой подписи.

Коммерческая переписка как возможный объект международного арбитражного права. Особенности совмещения в коммерческой переписке с зарубежными партнерами требований российского стандарта по делопроизводству ГОСТ Р 6.30-97 и международных нормативов. Использование бланков, печатей и угловых штампов. Порядок отзыва коммерческих писем. Правила транслитерации русских слов латинскими буквами.

Тема 6. Виды коммерческих организаций, их специализация и формы собственности. Корпоративные торговые объединения.

Функции торговых коммерческих структур, регулирование их деятельности со стороны государства. Отраслевая и межотраслевая специализация коммерческих организаций.

Факторы, воздействующие на принятие решений о выборе организационно-правовой формы коммерческих предприятий. Торговые сети. Транснациональные торговые корпорации. Особенности взаимодействия коммерческих предприятий, некоммерческих организаций и органов исполнительной власти.

Локальные, национальные и международные объединения предприятий торговли по профессионально-корпоративному принципу. Торгово-промышленные палаты.

Тема 7. Классификация и кодирование товаров и услуг.

Основные виды классификаций товаров и услуг, их назначение, учетно-статистическая роль и практическое использование.

Общероссийский классификатор продукции - ОКП (ОК 005-93). Общероссийский классификатор услуг населению - ОКУН (ОК 002-93). Центральная классификация продукции - CPC (международный стандарт). Европейская стандартная классификация товаров и услуг - CPA. Классификатор Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности - ТН ВЭД. Гармонизированная система описания и кодирования товаров - HS.

Тема 8. Основные сведения о стандартизации и сертификации товаров и услуг. Лицензирование.

Понятие стандартов и стандартизации. Развитие стандартизации в России. Органы и службы стандартизации в РФ. Государственная система стандартизации - ГОСТ Р. Отраслевые стандарты - ОСТ. Стандарты научно-технических и инженерных обществ - СТО. Добровольные стандарты предприятий, союзов, ассоциаций, акционерных обществ, межотраслевых объединений - СТП. Технические условия - ТУ.

Ведущие международные организации по разработке стандартов: ИСО, ГАТТ - ВТО, МЭК, МОМВ, ЕОК, ВОЗ, МОПС, МАГАТЭ и др.

Понятие сертификации. Обязательная и добровольная формы сертификации. Порядок сертификации коммерческих предприятий. Органы сертификации в РФ. Сертификат соответствия. Знак соответствия. Декларация о соответствии.

Понятие лицензирования в сфере торговли и услуг. Органы лицензирования.

Тема 9. Качество товаров и услуг.

Понятие качества. «Пирамида качества». Товароведческие свойства продукции. Управление качеством продукции. Система Тейлора и технические условия - ТУ. Контрольные карты Шухарта и таблицы статистического контроля. Концепция всеобщего управления качеством Фейгенбаума - TQC. Система бездефектного изготовления продукции - БИП. Система бездефектного труда - СБТ. Система КАНАРСПИ: качество, надежность, ресурс с первых изделий. Система НОРМ: научная организация работ по увеличению моторесурса. Комплексная система управления качеством продукции КС УКП. Стандарты ISO 9000. Система TQM. Стандарт QS-9000 - «Требования к системам качества». Переход к международной экологической системе стандартов ISO 14000.

Конкурентоспособность продукции. Оценка уровня качества продукции. Инновационно-технический уровень продукции.

Тема 10. Экспертиза товаров и услуг.

Понятие экспертизы и ее виды. Товарные экспертизы. Экологическая экспертиза. Судебно-правовая экспертиза. Таможенная экспертиза. Технологическая экспертиза. Экономическая экспертиза.

Нормативно-правовое регулирование экспертизы товаров и услуг. Экспертные государственные, коммерческие и некоммерческие организации. Экспертные заключения, их возможные экономико-правовые последствия для предприятий сферы торговли и услуг.

Тема 11. Договор поставки. Содержание, порядок заключения и расторжения

Формы и виды сделок в сфере торговли. Контрактное право и понятие договора поставки товаров и услуг. Обязательные условия договора поставки. Дата заключения договора. Порядок оформления доверенности на право первой и второй подписи, апостиль. Стороны. Количество товара подлежащего поставке. Перечень товаров и услуг. Сроки исполнения. Порядок поставки товаров. Требования к транспортировке и оформлению товаросопроводительной документации. Требования к качеству, комплектности, упаковке и маркировке товаров. Цены и порядок расчетов. Санкции.

Роль договора. Понятие рамочных, долевых и внутрисистемных договоров. Пролонгация, изменение и расторжение договора. Протоколы разногласий. Специфика рассмотрения конфликтов в рамках арбитражного, гражданского и уголовного права.

Тема 12. Организация хозяйственных связей в торговле.

Развитие системы хозяйственных связей. Основные понятия. Воздействие заказов торговых организаций на изготовление товаров производственными предприятиями. Долгосрочные хозяйственные договоры. Практика контроля соблюдения договорных обязательств и применение экономических санкций. Участие в работе товарных бирж и оптовых ярмарок. Практика проверки гарантий качества поставляемых товаров, сертификаты происхождения и качества, локальные акцизные марки и др.

Государственное регулирование хозяйственных связей в торговле. Установление оптимальных финансовых взаимоотношений. Применение административно-правовых норм.

Понятия: изготовитель и покупатель, прямые договорные связи. Функции предприятий оптовой торговли по отношению к клиентам-покупателям и клиентам-поставщикам. Определение эффективности прямых договорных отношений.

Тема 13. Организация оптовых закупок. Формирование ассортимента.

Сущность, роль и содержание закупочной работы. Источники поступления товара. Сфера деятельности дистрибьютора, брокера, дилера.

Понятие об ассортименте и товарной номенклатуре товаров. Порядок планирования, формирования и поддержания ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях.

Основные факторы формирования торгового ассортимента на предприятиях розничной торговли. Общие и специфические факторы. Принципы подбора и установления товарного ассортимента в магазинах. Три этапа процесса формирования ассортимента товаров. Полнота ассортимента. Устойчивость ассортимента.

Понятие широты и глубины ассортимента. Управление товарными запасами на оптовых складах и в магазинах. Методы определения величины товарных запасов.

Тема 14. Организация и технологии оптовой и розничной продажи товаров.

Формы и методы оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги через склады и базы. Продажа товаров на оптовых рынках. Продажа товара на мелкооптовом магазине-складе типа «cash and carry». Понятие наряда и разнарядки.

Формы и методы розничной продажи товаров. Самообслуживание, продажа товаров через прилавок, продажа товаров по образцам, продажа товаров с открытой выкладкой, торговля по предварительным заказам, торговля по почте и через каталоги, торговля через Интернет. Понятие дополнительных торговых услуг.

Тема 15. Биржевая и аукционная торговля.

Понятие биржи. История развития биржевой торговли. Типы бирж. Виды биржевых сделок. Особенности фьючерсных операций. Порядок организации товарной биржи. Организация торговых операций на бирже. Технология биржевой торговли. Участники биржевой торговли.

Понятие аукциона. Технологии аукционов. Порядок проведения аукциона. Участники торговли на аукционах.

Тема 16. Лизинговые операции, франчайзинг и факторинг.

Понятие лизинга. Механизм лизинга. Стандартные положения лизингового контракта. Типы лизинговых операций.

Понятие франчайзинга. Основные схемы практического применения франчайзинга.

Понятие факторинга и фактор-фирмы. Факторские соглашения и операции. Механизм факторинга.

Тема 17. Коммерческие риски.

Понятие и классификация видов коммерческих рисков. Возникновение рисков. Потери в производственном предпринимательстве. Потери в коммерческом предпринимательстве. Классификация степеней (зон) риска. Методы определения степеней (зон) риска. Планирование и организация мероприятий по повышению внутренней и внешней безопасности коммерческой деятельности и уменьшению степеней рисков. Работа службы безопасности и юридического отдела фирмы.

Страхование рисков. Особенности выбора страховой компании и валюты страхования.

Тема 18. Эффективность коммерческой деятельности предприятия.

Понятие эффективности и роль анализа коммерческой деятельности предприятия. Норма прибыли в разнопрофильных предприятиях сферы торговли и услуг. Рентабельность. Накладные расходы и издержки обращения. Скорость обращения товаров. Планирование и контроль. Оптимизация налогообложения. Мотивация персонала.

Коммерческая эффективность в зависимости от рационального использования и сочетания существующих форм и видов сделок, включая экспортно-импортные операции.

Эффективность менеджмента и маркетинга в коммерческой деятельности.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление продажами» (Б1.В.ДВ.2.2)

1. Цель дисциплины – углубленная проработка теоретического материала по направлениям маркетинговой деятельности (факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи), позволяющая руководителям и маркетологам лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке по удовлетворению потребностей общества.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области финансовых рынков и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7).

Знать:

- теории потребительского поведения;
- преимущества, источники успеха и ошибки продавца;
- различные аспекты работы с потенциальными покупателями;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на его
- основы покупательского поведения;
- основные типы потенциальных покупателей и правила эффективной продажи;
- сущность, основные этапы процесса продаж;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке;
- порядок установления контактов с клиентами;
- алгоритм эффективного начала встречи и начало диалога;
- методы повышения эффективности деятельности продавца;
- проблемы и эффективные методы завершения сделки;

- основные методики определения степени удовлетворенности потребителей и поддержание лояльности;
- Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.

Уметь:

- проводить исследования поведения потенциальных покупателей с целью принятия решений о покупке товаров и услуг, удовлетворяющих его потребности;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для оказания им помощи в принятия решения о покупке действительно нужного товара (услуги) для наиболее полного удовлетворения потребностей;
- применять эффективные методики работы с потенциальными покупателями.
- *Владеть:*
- методами эффективной работы с потенциальными покупателями товаров и услуг организации;
- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и покупателями, методами эффективного начала и завершения сделки.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Профессия продавца: проблемы эффективности

Тема 1. Профессия продавца: сущность, преимущества, источники успеха.

Классификация продавцов в современной России. Распределение ролей при продаже: позиция сверху и снизу. Преимущества продажи. Элементы успешной системы обучения.

Продавцы успешные и неуспешные. Три ошибки, допуская которые, продавцы не добиваются успеха. Основные причины неэффективной работы продавца.

Мотиваторы и демотиваторы успешного продавца. Перемены как возможность повысить эффективность продаж. Варианты поведения продавца: вопросительное, пояснительное, помощь и поддержка, позиция понимания. Неудачные и нетактичные реплики продавца, снижающие эффективность деятельности.

Возражения покупателя по поводу качеств и свойств товара.

Тема 2. Основные типы потенциальных покупателей и правила эффективной продажи.

Основные типы покупателей: характеристики, поведение, ответные реакции продавца. «Жесткий покупатель», «Я все знаю», «Дружелюбный экстраверт», «Нерешительный покупатель», «Покупатель с плохой реакцией», «Противный спорщик», «Огорченный воитель», «Позитивно мыслящий покупатель», «Зритель», «Жалобщик», «Покупатель», «Мартышка», «Угорь», «Мул», «Павлин», «Куница», «Бык», «Робкая лань».

Основные правила эффективной продажи (по Т. Хопкинсу). Правила успешной продажи в розничной торговле. Слова отторжения и слова побуждения.

Модуль 2. Алгоритм процесса эффективной продажи

Тема 3. Процесс продаж: сущность, этапы, подходы.

Этапы процесса продаж: Установление контакта. Разведка. Презентация коммерческого предложения. Создание убежденности. Завершение продажи. Типы характера и как учитывать личностные особенности клиента.

Типы характера: импульсивный, скептический, медлительный, молчаливый, упрямый, разговорчивый, методичный, вечно недовольный.

Активные продажи: поиск клиентов. Формула успеха: «Встречаться в день как минимум с двадцатью людьми лично».

Коэффициенты, которые необходимо улучшать при работе на телефоне: телефонные звонки клиентам/час затраченного времени; телефонные звонки клиентам/число назначенных встреч; число назначенных встреч/ число продаж; отработанные часы/заработанные деньги; телефонные звонки клиентам в прошлом месяце/прибыль в этом месяце.

Варианты поиска клиентов и перспективных покупателей: по рекомендациям и без

рекомендаций. Поиск новых клиентов и перспективных покупателей по рекомендациям: слагаемые успеха.

Поиск новых клиентов и перспективных покупателей без рекомендаций: сущность, проблемы, эффективные методы. Цикл «чесотки». «Усыновление сирот». Техническое усовершенствование. Местные газеты. «Встречи на базаре». Работайте с вашим отделом обслуживания.

Тема 4. Установление контактов с клиентами.

Умение задавать вопросы на презентации: основные ошибки.

Выясняющие и ведущие вопросы. Правило: всегда лучше спрашивать, чем говорить.

Задача профессионала – принимать решения за ваших клиентов. Инструменты эффективного установления контактов с клиентами.

Основные версии подхода к клиенту, в контексте передвижений и расположения продавца относительно клиента. Создание первого впечатления. Правила невербального поведения при создании положительного впечатления.

Профессиональный продавец должен знать, какие: вопросы или возражения может выдвинуть потенциальный покупатель; ответы и реакции являются наилучшими; предложения могут наилучшим образом подвигнуть потенциального покупателя на приобретение товара или услуги.

Основные методы завязок (по Т. Хопкинсу): Стандартная завязка. Обращенная завязка. Внутренняя завязка. Меченые завязки.

Тема 5. Эффективное начало встречи и начало диалога.

Основные компоненты начала встречи. Постановка целей по системе SMART: основные требования. Приемы, помогающие обозначить сферу своей компетентности.

Порядок введения технологии переговоров: сущность, структура, проблемы. Подход к клиенту. Создание первого впечатления. Присоединение к клиенту: отражение позы; речевого ритма; ритма движений.

Алгоритм знакомства с покупателем: Приветствие + Идентификация + Представление + Создание климата доверия + Объявление цели визита.

Методика процесса активного слушания. Техники слушания Рудольфа А. Шнаппауфа, Попова Е.В. Порядок освоения приемов активного слушания.

Система обработки возражений потенциального клиента. Система обработки возражений: шесть шагов. Четыре метода шоковой терапии возражений (по Т. Хопкинсу).

Модуль 3. Эффективность завершения сделки: методы и приемы

Тема 6. Эффективность деятельности продавца: сущность, методы ее повышения.

Формула Отвержения отвержения (по Т. Хопкинсу): основные шаги. Пять отношений к отказу: сущность и альтернативы.

Основные методы эффективной работы с телефоном. Советы по эффективной работе с телефоном: входящие и исходящие звонки. Эффективная формула телефонного звонка.

Порядок работы с положительным и отрицательным ответом потенциального покупателя. Порядок объяснения превосходства вашего товара клиенту. Советы по эффективному использованию телефона.

Речевые обороты, от которых надо отказаться и чем их заменить. Создание благоприятной атмосферы и хорошего настроя покупателя.

Использование необычных высказываний.

Тема 7. Завершение сделки: сущность, проблемы, методы.

Завершение сделки как активное стимулирование клиента к принятию решения с помощью специальных техник. Рекомендации по завершению продажи. Пробные приемы завершения сделки.

Основные приемы завершения сделки. Продавец должен видеть преимущества, достоинства и назначения вашего товара или услуги глазами потенциального покупателя, выделять преимущества, которые особенно интересны именно для него.

Время, место и порядок завершения сделки.

Тема 8. Современные приемы завершения сделки: рекомендации профессионалов.

Алгоритм завершения сделки (по Т. Хопкинсу): 6 шагов.

Шаги, поднимающие потенциал в совершении продаж на 500%. Денежный диапазон: адаптация к товару фирмы. Эффективные приемы завершения сделки.

Прием «за и против Бенджамина Франклина». Прием вторичного вопроса (ПВВ). Строительство «мостов». Прием «моя мама мне говорила, что молчание –знак согласия». Прием «мне нужно подумать».

Прием приведения к пустяку. Негативный прием. Прием «щеночек». Прием «Инфляция в личном плане». Прием «Инфляция в деловом плане». Прием «Состояние экономики».

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,22	8
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью» (Б1.В.ДВ.3.1)

1. Цель дисциплины – Основная цель изучения курса – усвоение студентами теоретических знаний о системе PR и формирование умений применять конкретные PR-технологии, направленные на продвижение позитивного имиджа фирмы в соответствии со сложившейся ситуацией в бизнесе с целью повышения эффективности и результативности коммерческой деятельности.

В соответствии с целью, структура дисциплины строится на изучении PR как инструмента влияния на общественное мнение, где особое внимание уделяется организации коммуникаций (организации делового общения, организации различных мероприятий для журналистов, направленных на достижение определенных целей в соответствии со сложившейся ситуацией в бизнесе, подготовке материалов для различных заинтересованных сторон, в том числе печатных СМИ), барьерам коммуникаций и изучению конкретных PR-технологий, которые относятся к числу методов воздействия на общественное мнение.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Знать:

- функции и сущность деятельности по связям с общественностью;
- историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- основные тенденции развития мирового PR;

- особенности развития связей с общественностью в современной России;
- методы и модели коммуникации в PR;
- основные коммуникативные события и их особенности;
- основные составляющие имиджа;
- способы управления новостной информацией;
- этические и правовые нормы и принципы построения и применения профессиональных стандартов;
- роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организации;
- основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития.

Уметь:

- применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в профессиональной деятельности;
- продвигать продукцию различными средствами PR;
- анализировать характеристики имиджа и репутации компании или персоны;
- использовать полученные знания для анализа реальных рыночных ситуаций и принятия оптимальных решений в сфере связей с общественностью;
- анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.

Владеть:

- информацией об организации различных PR-мероприятий;
- навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1.

Тема 1. Введение в предмет «Связи с общественностью» (public relations; PR).

Терминология и определение предмета. Роль PR в современном обществе. Основные направления деятельности в области PR. Современные тенденции PR-рынка в России. PR и смежные дисциплины: маркетинг, реклама, журналистика. Возникновение и развитие PR.

Тема 2. Аудитория в PR

Определение целевых групп общественности. Подходы к сегментации аудитории в PR. Общественность, общественное мнение и работа с ним.

Тема 3. Планирование и организация PR-кампании

Коммуникативные основы PR. Коммуникативная модель в PR. PR-кампания и ее составляющие: определение проблемы, планирование и составление программы, действия и коммуникации, оценка программы. Особенности оценки результативности и эффективности в PR. Этапы и уровни оценки PR-программ. Оценка подготовки, реализации и воздействия. Критерии оценки. Принципы успешной деятельности в PR.

Тема 4. Инструментарий PR

Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и конструирование новостей. Организация и проведение коммуникативных событий. PR в сети Интернет.

Тема 5. Антикризисный PR

Понятие и классификация кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Правила поведения в кризисных ситуациях. Работа со слухами.

Тема 6. PR как профессия

Позиция PR-подразделения в структуре организации. Выбор между штатным персоналом и услугами консультационной фирмы. Образование PR-мена. Этика в PR. Кодексы профессионального поведения в области PR. Проблема социальной ответственности.

Модуль 2.

Тема 7. Работа с имиджем в PR

Понятие и структура имиджа организации. Этапы формирования имиджа компании. Особенности работы с имиджем в PR.

Тема 8. Корпоративная социальная ответственность и открытая отчетность

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Мотивы КСО. Мотивы распространения, общие принципы и стандарты открытой отчетности. Подготовка открытых отчетов, их структура. Выбор показателей результативности.

Организация диалога с общественностью по экологическим вопросам. Связь восприятия экологического риска с законами социальной психологии. Работа с экологической информацией.

Тема 9. Внутриорганизационный PR. Фирменный стиль компании

Понятие внутриорганизационного PR, связь с корпоративной культурой, разработка фирменных стандартов.

Тема 10. Брендинг и PR

Основные понятия бренда и брендинга. Роль PR в создании, продвижении, управлении брендом. Примеры кампаний по ребрендингу.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративный имидж» (Б1.В.ДВ.3.2)

1. Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний и приобретение компетенций в области управления корпоративным имиджем. В соответствии с целью, структура дисциплины строится на выделении различных составляющих имиджа компании, оценке восприятия и их роли в формировании имиджа в глазах различных заинтересованных сторон (ЗС) и организации коммуникаций, в том числе информирования ЗС о наиболее значимых.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Знать:

- понятие и основные составляющие имиджа компании;
- правила и основные этапы управления имиджем;
- основные тенденции в области работы с имиджем различных компаний;
- роль основных коммуникативных событий в создании и поддержании имиджа;
- роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа организации.

– *Уметь:*
– оперировать современным инструментарием в конструировании имиджа;
– производить диагностику текущего имиджа;
– составлять программу коррекции и конструирования имиджа;
– использовать современные информационно-коммуникативные технологии по продвижению личностного и корпоративного имиджа;
– использовать полученные знания для анализа реальных рыночных ситуаций и принятия оптимальных решений в сфере корпоративного имиджа;
– анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования;
– анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации.

Владеть:
– информацией об организации различных мероприятий, направленных на создание и поддержание позитивного имиджа компании;
– навыками выбора критериев, определяющих эффективность и результативность работы с имиджем компании;
– навыками построения личностного и корпоративного имиджа;
– навыками исследования имиджа и репутации, а также оценки имиджевых программ;
– навыками новостного и смыслового позиционирования имиджа в социальных и традиционных медиа.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1.

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни

Современное значение термина «имидж». Дисциплины, лежащие в основе имиджелогии. Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа.

Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Имиджмейкинг как научно-практическая ветвь имиджелогии. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации. Мотивы формирования корпоративного имиджа. Имидж в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций фирмы.

Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа

Исследования корпоративного имиджа: Роль и место клиента в имиджмейкинге. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации.

Факторы, влияющие на корпоративную репутацию. Понятие корпоративной философии. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.

Исследование связи корпоративной философии и успешности работы организации. Формы декларирования корпоративной философии. Миссия и ценности организации. Принципы деятельности организации. Цели и стратегия организации.

Тема 4. Роль корпоративной социальной ответственности в создании имиджа

Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные составляющие. Анализ практики ведущих компаний. Поддержка со стороны государства.

Модуль 2. Технологии работы с имиджем

Тема 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы

Функции внешнего имиджирования. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие со средствами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность.

Тема 6. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы

Целенаправленное управление внутренними коммуникациями в целях имиджирования.

Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков.

Работа с персоналом, направленная на поддержание имиджа организации.

Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Денежные и неденежные формы поощрения.

Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

Тема 7. Сохранение и защита позитивного имиджа организации

Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа.

Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа

Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR.

Тема 8. Роль психотехнологий в восприятии информации. Психологические приемы манипулирования психическим сознанием человека и масс.

Внушение как гипнотическое воздействие. Различные типы высшей нервной деятельности человека и их роль во внушении. Роль бессознательного. Психофизиологические состояния и внешние обстоятельства, повышающие внушаемость. Психотехнологии. Нейролингвистическое программирование (НЛП). Техника информационного воздействия (психопрограммирования). Роль психотипа при коммуникативных контактах. Основные правила при налаживании контакта с объектом. Иерархия мотивов. Основные закономерности функционирования сознания. Техника информационного воздействия на человека. Способы манипулирования психическим сознанием человека. Способы воздействия на аудиторию СМИ с помощью манипуляций. Характерные признаки, свойственные массовому поведению.

Тема 9. Работа с имиджем человека: ведущие типы и элементы.

Имидж человека: ведущие типы и элементы. Системообразующие личного имиджа. Личностные предпосылки создания имиджа. Проблемы имиджа. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.

Понятия персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикуляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии.

Особенности невербальной коммуникации. Составляющие кинетического имиджа. Основы физиогномики. Мимика. Характеристики взгляда. Основные правила зрительного

контакта. Язык жестов. Жесты-символы. Типы кинетики головы. Язык телодвижений. Позы. Их разновидности.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама» (Б1.В.ДВ.4.1)

1. Целью дисциплины является освоение теоретических и практических аспектов рекламной деятельности, позволяющих профессионально планировать рекламную кампанию, оптимизировать рекламный бюджет, проводить оценку эффективности рекламы для устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и предприятия (организации).

2. **В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:**

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания эконмических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Знать:

- сущность и элементы рекламной коммуникации; законодательные требования в сфере рекламы, виды рекламного распространения; подходы к составлению рекламного сообщения, основы планирования рекламной кампании.

Уметь:

- определять цели рекламной деятельности, разрабатывать план рекламной кампании; составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса; использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- подходами к построению рекламной службы на предприятии, методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.

3. **Краткое содержание разделов дисциплины.**

Введение. Определение рекламы. Функции рекламы: коммуникативная, экономическая, социальная, идеологическая, имиджевая. Основные понятия рекламного процесса. Элементы процесса коммуникации.

Модуль 1. Реклама и процесс маркетинга.

Реклама и процесс маркетинга: стадия исследования. Рыночный и конкурентный анализ. Анализ свойств товара. Анализ потребительской аудитории, изучение отношения потребителей к товару данной марки; исследование покупательских мотивов. Определение целей кампании по продвижению товара. Роль рекламы в плане маркетинга.

Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Позиционирование, продвижение, документы планирования, бизнес-план. Уникальное торговое предложение (УТП). Позиционирование Маркетинговый микс. Стратегический документ: маркетинговая цель, целевая аудитория, продукт, индивидуальность бренда, обещание.

Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Виды ИМК: Директ-маркетинг. Спонсорство. Мерчендайзинг. Специальные события. Классификация рекламы ATL, BTL. Нетрадиционная реклама (BTL). Сопоставление рекламы и других видов ИМК.

Основные направления деятельности. Паблик рилейшнз. Отличия рекламы и паблик рилейшнз по характеру решаемых задач, методам использования масс-медиа, периоду времени решения задач, возможностям контроля.

Модуль 2. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности.

Государственное регулирование в рекламе.

Федеральный закон: «О рекламе». Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная. Особенности рекламы в различных СМИ. Защита несовершеннолетних в рекламе. Социальная реклама. Требования к рекламе отдельных видов продукции.

Федеральные законы «О товарных знаках», «О защите прав потребителей».

Саморегулирование в рекламе. Международная торговая палата (Международный кодекс рекламной практики), Международная ассоциация рекламы. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).

Культура и этика в рекламе. Реклама и общество. Универсальные и культурно-национальные этические нормы. Вкус и реклама. Стереотипы в рекламе. Реклама как способ межкультурной коммуникации.

Социально-психологическое воздействие рекламы. Модели психологического воздействия рекламы.

Модуль 3. Виды рекламы.

Основные виды рекламы. Классификация по видам рекламоносителей. Печатная реклама, радиореклама, телевизионная, наружная реклама, интернет-реклама. Особенности рекламных жанров. Преимущества и недостатки различных видов СМИ. Элементы медиапланирования.

Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы: торговая марка, логотип. Некоторые из самых известных мировых брэндов. Типы брэндов: семейственный, ассортиментный, зонтичный, индивидуальный.

Модуль 4. Подготовка рекламного сообщения.

Рекламный текст. Формула рекламного воздействия, вербальная составляющая рекламного сообщения (слоган, заголовок, эхо-фраза), творческая концепция.

Рациональный и эмоциональный подходы к составлению рекламного сообщения. Методология тестирования рекламных текстов.

Изображение и звучание в рекламном сообщении**.** Правила компоновки, рекламные персонажи, цветовые значения, символика цвета (тест Люшера), шрифты. Взаимодействие текста и изображения.

Музыка, звуковое оформление текста и звуковые эффекты.

Рекламный креатив. Творческий конкурентный анализ, творческие теории, методы активизации поиска идей. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в процессе создания и тестирования рекламного сообщения.

Модуль 5. Организация рекламной деятельности.

Участники рекламной деятельности.

Рекламодатель. Рекламная служба в организации. Требования к персоналу. Рекламная активность предприятия.

Рекламные агентства. Типы рекламных агентств и их структура. Выбор рекламного агентства. Варианты работы с рекламным агентством.

Организация и планирование рекламных кампаний. Варианты построения рекламной кампании (РК). Этапы РК. План РК: анализ маркетинговой ситуации, определение целей РК, разработка рекламной стратегии, выбор средств распространения рекламы, оценка рекламного бюджета. Планирование финансовых показателей.

Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности. Цели и задачи медиапланирования. Оперативное и тактическое медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры. Оптимизация медиаплана.

Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия. Параметры выбора выставки. Реклама до и во время выставки. Формирование выставочного дизайна. Технология работы на выставке. Оценка эффективности участия в выставке.

Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Виды оценочных тестов. Определение коммуникативной эффективности рекламы. Преимущества и недостатки различных видов тестирования. Определение экономической эффективности рекламы. Критерии оценки экономической эффективности рекламы. Параметрические модели расчета экономической эффективности. Принципы эффективной рекламы.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама в продвижении научно-технической продукции и услуг» (Б1.В.ДВ.4.2)

1. Целью дисциплины является освоение теоретических и практических аспектов рекламной деятельности, изучение специфических черт рынка научно-технической продукции, особенности и инструменты ее продвижения. Обучающиеся должны знать основные способы продвижения научно-технической продукции и особенности коммуникационной политики, которые следует учитывать при формировании стратегии продвижения данной продукции на рынок.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания эконмических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Знать:

сущность и элементы рекламной коммуникации; законодательные требования в сфере рекламы, виды рекламного распространения; подходы к составлению рекламного сообщения, основы планирования рекламной кампании.

Уметь:

определять цели рекламной деятельности; разрабатывать план рекламной кампании; составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса; использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

подходами к построению рекламной службы на предприятии, методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.

3. Краткое содержание разделов дисциплины.

Введение. Определение рекламы. Функции рекламы: коммуникативная, экономическая, социальная, идеологическая, имиджевая. Основные понятия рекламного процесса. Элементы процесса коммуникации.

Модуль 1. Реклама и процесс маркетинга.

Особенности рекламной коммуникации и ее основных элементов в промышленной и научно-технической сфере (B2B, *Business to Business*).

Реклама и процесс маркетинга: стадия исследования. Рыночный и конкурентный анализ. Анализ свойств товара. Анализ потребительской аудитории, изучение отношения потребителей к товару данной марки; исследование покупательских мотивов. Определение целей кампании по продвижению товара. Роль рекламы в плане маркетинга.

Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Позиционирование, продвижение, документы планирования, бизнес-план. Уникальное торговое предложение (УТП). Позиционирование Маркетинговый микс. Стратегический документ: маркетинговая цель, целевая аудитория, продукт, индивидуальность бренда, обещание.

Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Виды ИМК: Директ-маркетинг. Спонсорство. Мерчендайзинг. Специальные события. Классификация рекламы ATL, BTL. Нетрадиционная реклама (BTL). Сопоставление рекламы и других видов ИМК.

Основные направления деятельности. Паблик рилейшнз. Отличия рекламы и паблик рилейшнз по характеру решаемых задач, методам использования масс-медиа, периоду времени решения задач, возможностям контроля.

Модуль 2. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности.

Государственное регулирование в рекламе.

Федеральный закон: «О рекламе». Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная. Особенности рекламы в различных СМИ. Защита несовершеннолетних в рекламе. Социальная реклама. Требования к рекламе отдельных видов продукции.

Федеральные законы «О товарных знаках», «О защите прав потребителей».

Саморегулирование в рекламе. Международная торговая палата (Международный кодекс рекламной практики), Международная ассоциация рекламы. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).

Культура и этика в рекламе. Реклама и общество. Универсальные и культурно-национальные этические нормы. Вкус и реклама. Стереотипы в рекламе. Реклама как способ межкультурной коммуникации.

Социально-психологическое воздействие рекламы. Модели психологического воздействия рекламы.

Модуль 3. Виды рекламы.

Основные виды рекламы. Классификация по видам рекламоносителей. Печатная реклама, радиореклама, телевизионная, наружная реклама, интернет-реклама. Особенности рекламных жанров. Преимущества и недостатки различных видов СМИ. Элементы медиапланирования.

Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы: торговая марка, логотип. Некоторые из самых известных мировых брэндов. Типы брэндов: семейственный, ассортиментный, зонтичный, индивидуальный.

Модуль 4. Подготовка рекламного сообщения.

Рекламный текст. Формула рекламного воздействия, вербальная составляющая рекламного сообщения (слоган, заголовок, эхо-фраза), творческая концепция.

Особенности построения рекламного текста в научно-технической сфере. Рациональный подход к составлению рекламного сообщения. Методология тестирования рекламных текстов.

Изображение и звучание в рекламном сообщении**.** Правила компановки, рекламные персонажи, цветовые значения, символика цвета (тест Люшера), шрифты. Взаимодействие текста и изображения.

Музыка, звуковое оформление текста и звуковые эффекты.

Рекламный креатив. Творческий конкурентный анализ, творческие теории, методы активизации поиска идей. Нейро-лингвистическое программирование (НЛП) в процессе создания и тестирования рекламного сообщения.

Модуль 5. Организация рекламной деятельности.

Участники рекламной деятельности.

Рекламодатель. Рекламная служба в организации. Требования к персоналу. Рекламная активность предприятия.

Рекламные агентства. Типы рекламных агентств и их структура. Выбор рекламного агентства. Варианты работы с рекламным агентством.

Организация и планирование рекламных кампаний. Варианты построения рекламной кампании (РК). Этапы РК. План РК: анализ маркетинговой ситуации, определение целей РК, разработка рекламной стратегии. Особенности выбора средств распространения рекламы в сфере в2в и научно-технической сфере. Оценка рекламного бюджета. Планирование финансовых показателей.

Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности. Цели и задачи медиапланирования. Оперативное и тактическое медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры. Оптимизация медиаплана.

Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия. Параметры выбора выставки. Реклама до и во время выставки. Формирование выставочного дизайна. Технология работы на выставке. Оценка эффективности участия в выставке.

Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Виды оценочных тестов. Определение коммуникативной эффективности рекламы. Преимущества и недостатки различных видов тестирования. Определение экономической эффективности рекламы. Критерии оценки экономической эффективности рекламы. Параметрические модели расчета экономической эффективности. Принципы эффективной рекламы.

4. Объем учебной дисциплины.

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования» (Б1.В.ДВ.5.1)

1. Цель дисциплины – получение студентами необходимых знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований для получения, систематизации и анализа информации, необходимой для принятия маркетинговых решений. Данный курс знакомит студентов с основными вопросами организации и проведения маркетинговых исследований: определением целей и задач, разработкой плана исследования, содержанием основных этапов исследования.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

Знать:

- методы исследования,
- правила отбора репрезентативной выборки,
- содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- грамотно формулировать цели исследования,
- проектировать формы для сбора данных,
- разрабатывать план выборочного исследования.

Владеть:

- методами сбора и анализа информации,
- компьютерными технологиями обработки данных.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в маркетинговые исследования.

Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели, задачи маркетинговых исследований. Объекты изучения. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований: основные этапы. Выявление и формулировка проблемы при проведении исследования.

Направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка. Исследования потребителей. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности предприятия, продукта. Исследования продукта. Оценка возможного уровня сбыта продукта. Исследования рекламы, оценка ее эффективности. Анализ изменения репутации компании.

Этические аспекты маркетинговых исследований. *Esomar* – «кодекс чести» маркетинговых исследователей. Права респондентов. Профессиональные обязанности исследователей

Модуль 2. Разработка плана маркетингового исследования.

Маркетинговая информация. Виды и источники маркетинговой информации. Преимущества и недостатки первичной и вторичной информации. Кабинетные исследования. Основные источники информации для использования в маркетинговых исследованиях. Достоинства и недостатки каждого источника. Рекомендации по применению. «Готовые» отчеты в маркетинговых исследованиях. Рынок информации. Ведущие исследовательские центры РФ (TNS-Gallup, РОМИР, Комкон).

Методы маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос. Типы экспериментов. Виды наблюдений. Мистери-шоппинг. Метод фокус-группы. Порядок формирования фокус-групп. Панельный метод исследования. Выбор конкретных методов опроса. Области применения метода в исследованиях розничного рынка. Основные условия его проведения. Разработка плана выборочного исследования. Организация сбора данных. Контроль процесса сбора данных. Оценка полученных результатов.

Анкетирование. Разработка анкет. Требования к анкете. Этапы разработки анкеты. Структура анкеты. Открытые и закрытые вопросы. Типы закрытых вопросов. Правила формулировки отдельных вопросов. Последовательность вопросов в анкете. Верстка и тиражирование анкеты. Пилотаж анкеты.

Маркетинговые шкалы. Основные типы шкал, используемых в маркетинговых исследованиях. Вопросы выбора шкалы.

Методы построения выборки. Понятие выборки, ее преимущества и недостатки по сравнению с полной переписью. Процесс построения выборки (определение исследуемой совокупности; выбор основы для построения выборки; выбор способа построения выборки; определение необходимого размера выборки; реализация процесса построения выборки). Вероятностные и не вероятностные способы построения выборки, соображения при выборе между ними.

Принципы организации и проведения полевых работ. Подбор персонала. Обучение (тренинг) персонала (первоначальный контакт с потенциальным респондентом; методика задавания вопросов; правила записи ответов; завершение интервью). Управление работой интервьюеров.

Модуль 3. Обработка информации, полученной в процессе исследования.

Обработка информации, полученной в процессе исследования. Подготовка данных к обработке. Проверка анкет, расшифровка, предварительная статистическая обработка. Методы анализа данных. Определение и интерпретация связей между переменными. Корреляционный и регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях. Возможности использования дискриминантного, факторного и кластер-анализа при обработке маркетинговой информации. Маркетинговое прогнозирование. Компьютерные программы обработки данных. Использование EXEL при обработке данных.

Подготовка итогового отчета о проведенном исследовании. Значение отчета, порядок его представления. Содержание отчета. Структура отчета и его оформление. Подготовка к презентации отчета, ее проведение.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Семинары (С)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,56**	**128**
Курсовая работа	3,56	48
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		80
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные инструменты маркетинга» (Б1.В.ДВ.5.2)

1. Цель дисциплины – получение студентами необходимых знаний о существующих современных инструментах маркетинга. Данный курс должен сформировать у студентов навыки проведения исследований для принятия маркетинговых решений на предприятии: например, решений по сегментированию рынка, позиционированию и продвижению товара, ценовой политике и других.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

Знать:

- современные инструменты маркетинга,
- методы исследования,
- общие принципы обработки и анализа маркетинговой информации.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- обоснованно выбирать методы сбора данных
- проектировать формы для сбора данных,
- использовать методы анализа данных.

Владеть:

– навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных
– методами сбора и анализа информации.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Инструменты маркетингового анализа.

Базовые инструменты маркетингового анализа и возможности их применения. Роль маркетинга в стратеги развития компании. Виды маркетинговой информации и задачи, решаемые с помощью маркетинговых исследований.

Маркетинговые исследования – инструмент получения информации, необходимой для принятия решений. Необходимость получения информации для принятия маркетинговых решений. Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях. Первичная и вторичная информация. Возможности использования вторичной информации для решения маркетинговых задач. Источники информации. Требования к исследованиям. Исследования, направленные на выявление проблем. Исследования, направленные на поиск решения проблем. Этика проведения маркетинговых исследований.

Модуль 2. Организация и проведение маркетингового исследования.

Организация сбора информации и общие принципы проведения исследований поведения потребителей. Планирование исследования и его реализация. Принципы формулировки исследовательской проблемы. Проблема и определение исследовательских задач. Разбор примеров формулировок проблемы исследования.

Формулирование цели исследования. Постановка задач. Формулировка гипотез. Требования к эмпирическим данным. Понятие выборки и ее определение.

Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях и условия их применения. Качественный и количественный подходы к получению информации.

Количественные методы в маркетинговых исследованиях. Формализованное интервью: особенности применения; специфика различных схем реализации метода. Групповые интервью. Анкетирование. Использование различных методов, их возможности и ограничения. Типы вопросов, используемых в ходе сбора данных. Качественные методы в маркетинговых исследованиях: возможности и ограничения. Фокус-группы как метод получения данных для решения широкого спектра маркетинговых задач: возможности и ограничения. Неформализованное интервью. Возможности использования этнографического метода в маркетинговых исследованиях. Экспертные интервью.

Измерение потребительского поведения и принципы разработки инструментария маркетинговых исследований.

Проблемы измерения, возникающие в маркетинговых исследованиях. Понятие уровня измерения и шкалирования. Классификация шкал. Вопрос как инструмент получения эмпирических данных. Функции вопроса. Критерии оценки вопроса. Требования к формулировке вопроса. Виды вопросов. Общий вид и структура анкеты. Порядок вопросов в анкете. Построение блоков вопросов. Специфические способы графического оформления и макетирования анкеты. Контроль сбора данных. Оценка качества полученной в ходе исследования информации.

Принципы организации и проведения маркетингового исследования. Общие требования к используемому инструментарию. Принципы подготовки инструментария. Пилотаж и схема его реализации. Подготовка интервьюеров и контроль качества их работы. Возможности снижения числа отказов от проведения интервью. Кодировка и ввод данных: общие принципы, сложности, возникающие в процессе работы, и возможности их разрешения.

Потребительское поведение как объект изучения и анализа. Определение целевых сегментов. Роль маркетинговых исследований в выделении целевых сегментов. Оценка эффективности позиционирования. Тестирование товара. Управление брендом. Анализ работы конкурентов. Анализ деятельности компании. Выявление возможностей и анализ перспектив развития имеющегося продуктового портфеля. Традиционные схемы анализа: SWOT, оценка

привлекательности рынка и т.п. Стратегии ценообразования. Оценка эффективности продвижения.

Интернет-маркетинг. Теория и практика изучения аудитории интернета. Развитие Интернета в России: основные показатели и методики исследования. Аудитория Интернет в России: количество, качество, динамика роста и прогнозы. Интернет как инструмент исследований. Маркетинговые исследования в сети. Количественные исследования. Качественные исследования в интернет. Проблематика, инструментарий.

Модуль 3. Методы анализа данных маркетинговых исследований.

Трансформация результатов исследований в решения. Первичная обработка полученных данных. Типологизация данных качественных исследований. Принципы анализа данных. Понятие связей. Подходы к выявлению закономерностей. Возможности установления причинных зависимостей в маркетинговых исследованиях. Общий обзор методов многомерного анализа данных и популярности их применения.

Принятие решений в сфере маркетинга. Требования к составлению отчета. Структура отчета. Способы представления данных. Разные форматы отчетов и основные принципы подачи информации. Особенности выводов и практических рекомендаций в отчете. Использование результатов маркетинговых исследований. Рекомендации и решения.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Семинары (С)	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,56**	**128**
Курсовая работа	3,56	48
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		80
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» (Б.1.В.ДВ.6.1)

1. Цель дисциплины – вооружить обучаемых знаниями об особенностях маркетинговой деятельности организации отраслевой промышленности и сфер деятельности в условиях рынка, сконцентрировать их внимание на стержневых проблемах дисциплины, сформировать навыки проведения отраслевых маркетинговых исследований, способствовать развитию культуры управленческого мышления в проблемных ситуациях. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области углубления знаний особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

– способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

– владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

– способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

– владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

Знать:

- специальную терминологию (тезаурус) учебной дисциплины;
- особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- особенности отношений между продавцами (производителями) и потребителями продукции в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- способы мотивации покупателя в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы формирования товарной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы ценообразования в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы формирования коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Владеть:

- инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.
- способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения.

Предметы и средства труда. Средства производства. Рынок продукции производственно-технического назначения.

Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.

Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации. Приоритеты производства продукции производственно-технического назначения. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства.

Маркетинг торгово-технологического оборудования. Классификация торговых операций на рынке торгово-технологического оборудования.

Особенности биржевой торговли продукцией производственно-технического назначения продукции производственно-технического назначения.

Лизинг: сущность, преимущества, виды, проблемы и перспективы развития в РФ. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций на рынке продукции производственно-технического назначения.

Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе

Агропромышленный комплекс Российской Федерации: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера. Структура агробизнеса в Российской Федерации.

Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве. Переплетение производственно - экономических процессов с природно-биологическими процессами.

Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект. Особенности рынков, функционирующих в сфере ресурсов агробизнеса.

Особенности маркетинга в отраслях: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических средств защиты растений, удобрений, кормопроизводство.

Организация маркетинга в сфере ресурсов агробизнеса. Типы рынков внутри маркетинговой сферы: рынок сырьевых продовольственных товаров; рынок продовольственных товаров высокой степени переработки; рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки; рынок продовольственного сервиса.

Особенности спроса на рынках сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. "Ножницы цен".

Механизм функционирования рынка сельскохозяйственной продукции. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация.

Адаптация маркетинговых инструментов к особенностям функционирования рынков в агробизнесе.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг

Понятие услуг, их отличия от товаров. Характеристики услуг: неосязаемость; неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость.

Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России.

Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг. Классификация услуг (Ловелок): на кого (на что) направлены услуги и осязаемы ли они.

Основные классы услуг: Осязаемые действия, направленные на тело человека. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.

Сегментирование рынка услуг по сегментам потребителей, трудоемкости, по степени контакта с потребителем и др. Подходы к сегментации услуг и основы позиционирования услуг на рынке.

Этапы развития сферы бытовых услуг в России. Условия, способствующие развитию сферы услуг в России. Доля бытовых услуг в потребительском бюджете различных стран.

Основные функции маркетинга услуг: изучение спроса на рынке услуг и его отдельных сегментах; изучение клиентов; изучение конкурентов; реклама; расширение сферы услуг, сервиса; разработка системы планирования в сфере услуг; определение эффективной ценовой политики; создание системы информационного обеспечения; разработка плана маркетинга и др.

Тема 4. Особенности маркетинга в сфере образования

Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.

Коммерциализация в российском образовании. Антимаркетинговые стереотипы в сфере образования.

Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Макро- и микросреда субъектов рынка образовательных услуг и продуктов, и их влияние на конъюнктуру российского рынка образования.

Сегментация рынка ОУП: сущность, цели, виды, этапы. Сегментация и определение емкости рынка образовательных услуг и продуктов.

Позиционирование образовательных услуг и продуктов института: сущность, основания, проблемы.

Анализ ассортимента услуг института. Маркетинг сопутствующих услуг и продуктов в образовании. Особенности жизненного цикла образовательных услуг и их учет в стратегии маркетинга. Сервисное сопровождение образовательных услуг. Оценка конкурентоспособности и позиционирования услуг института.

Ценообразование на рынке образовательных услуг и продуктов: сущность, стереотипы, основные подходы, традиции.

Коммуникации и продвижение образовательных услуг и продуктов на российском рынке образования: сущность, структура, направления, виды, проблемы финансирования и эффективности.

Маркетинговые стратегии института: сущность, содержание, формирование вариантов, механизмы оценки и отбора оптимальной стратегии. Формирование и оптимизация маркетинговой стратегии института.

Тема 5. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности

Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание.

Четыре сферы окружающей среды: экономическая, социально-культурная, политико-правовая и природная.

Международные маркетинговые исследования: сущность, цели, направления, объекты, этапы. Источники информации: периодическая печать; информация, публикуемая самими фирмами; информация, представляемая специализированными организациями; справочники по фирмам.

Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке. Алгоритм оценки уровня конкурентоспособности товара.

Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок. Способы организации международной деятельности: экспорт, совместное предприятие и прямое владение. Характеристики форм организации международной деятельности.

Маркетинговые стратегии рыночной деятельности фирмы: стратегия завоевания или расширения доли рынка; стратегия инновации; стратегия дифференциации продукции; стратегия выжидания; стратегия снижения издержек производства; индивидуализации потребителя.

Формы товарных стратегий: простого расширения; адаптации продукции; "обратного изобретения"; новых изобретений.

Международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке. Ценовые и коммуникационные стратегии фирмы на мировых рынках.

Тема 6. Особенности маркетинга в туристском бизнесе

Международный туризм: история развития и современное состояние.

Виды туризма: этнический; культурный; исторический; экологический; рекреационный; деловой. Маркетинговое исследование рынка туристских услуг: цели, направления, методы, этапы. Методы сегментации рынка туристских услуг:

Туристский продукт: сущность, структура, особенности. Особенности планирования, разработки, позиционирования, продвижения и распределения туристского продукта на рынке. Факторы, определяющие привлекательность туристского региона.

Особенности маркетинга в туристском бизнесе. Определение рынка. Сегментация и позиционирование.

Основания позиционирования туристского продукта. Объективное и субъективное позиционирование. Стратегии позиционирования: дифференциации продукта, нахождения своей ниши на рынке, малых издержек и др. Основные стратегии репозиционирования туристского продукта.

Маркетинговые коммуникации в туристской деятельности: сущность, структура, средства, особенности и проблемы. Факторы, влияющие на выбор средств коммуникации.

Бюджет продвижения туристских услуг: сущность, цели, методы. Продвижение туристского продукта на рынке. Основные методы продвижения: организация выставок и презентация. Паблик рилейшнз и паблисити. Персональные продажи.

Тема 7. Особенности маркетинга в страховой деятельности

Общие сведения о страховании. Федеральный закон РФ «О страховании». Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.

Основные принципы маркетинга в страховании: всестороннее изучение рынка сбыта страховых полисов; целенаправленное воздействие на рынок страхователей в целях формирования платежеспособного спроса на страховые услуги; приспособление текущей деятельности страховой компании к требованиям страхового рынка.

Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи). Задачи маркетинга в сфере страхования.

Маркетинговая система страховой компании: сущность и основные элементы.

Организационные структуры службы маркетинга страховой компании. Задачи службы маркетинга страховой компании.

Задачи стратегического и тактического планирования страховой компании. Маркетинговый контроль - анализ, синтез, планирование, наблюдение и исполнение, контроль выполнения плана.

Программа маркетинга страховой компании: анализ возможностей страховой компании; определение целей развития: разработка стратегии поведения на страховом рынке; разработка тактических приемов работы на страховом рынке; осуществление контроля программы маркетинга.

Стратегии маркетинга: сохранение существующего положения; медленный рост, быстрый рост, открытие новых филиалов на местах, приобретение других страховых компаний, освоение нового рынка, превращение в финансовый конгломерат и др.

Тема 8. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов

Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП). Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов.

Понятие о рынке ТНП и его структуре. Рынок ТНП: потенциальный рынок, доступный, обслуживаемый, занятый, организованный, неорганизованный.

Этапы процесса позиционирования ТНП. Товарная дифференциация ТНП. Позиции, по которым ТНП выгодно отличается от аналогичных товаров.

Принципы и методы маркетинга на рынке ТНП. Специфика маркетинга на рынке ТНП.

Разработка товара и формирование товарного ассортимента. Жизненный цикл ТНП на рынке. Товарный знак и фирменный стиль предприятия. Формирование, планирование и анализ товарного ассортимента.

Факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке ТНП: культурные, социальные, личностные, психологические. Стиль жизни покупателей ТНП.

Этапы процесса принятия решения: осознание необходимости сделать покупку, поиск необходимой информации о ТНП, оценка предлагаемых вариантов, решение купить ТНП, поведение после покупки.

Тема 9. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе

Отличия маркетинга в гостиничном хозяйстве от маркетинга товаров: состав продукта; участие потребителя; контроль качества; невозможность накопления и хранения впрок; каналы распределения.

Организация управления маркетингом в гостиничной сфере: сегментирование рынка, комплексное обслуживание клиентов и стимулирование сбыта.

Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Факторы, повышающие риск неопределенности в деятельности гостиниц.

Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг. Планирование бюджета. Размер дохода отеля от комнат на бюджетный год.

Особенности маркетингового планирования в гостиничном хозяйстве. Оценка собственного положения на рынке. Маркетинговый контроль.

Маркетинг - микс гостиничного сервиса. Составляющие элементы маркетинга - микс гостиничного сервиса.

Факторы макро – и микроокружения. Взаимодействие элементов маркетинга - микс в гостиничном бизнесе. Гостиничная реклама.

Методы привлечения потенциальных гостей: реклама и прямые продажи. Сегментация рынка — это основа эффективной рекламы. Основные каналы рекламной информации в гостиничном бизнесе.

Тема 10. Особенности маркетинга в политической сфере

Понятия «политический маркетинг» и «политическая реклама».

Маркетинговый подход в политической сфере: исследование политического рынка; политико-инженерная деятельность; управление политическим маркетингом.

Подготовка и проведение избирательной кампании: основные этапы.

Корректировка политической и экономической платформы общественно-политического движения (ОПД) или кандидата, с учетом выявленных особенностей поведения электората.

Планирование мероприятий по продвижению позитивного образа ОПД (кандидата) рекламными средствами.

Разработка программы продвижения позитивного образа ОПД (кандидата). Реализация стратегии позиционирования ОПД (кандидата). Организация и проведение контрпропагандистской кампании. Формирование имиджа политических деятелей.

Предвыборные исследования и существующие грязные выборные технологии.

Предпосылки возникновения политического лидерства. Типы лидеров: попечитель, любитель церемоний, реализатор программ, исполнитель, индивидуалист.

Особенности лидерства, в зависимости от функционально- ролевых подходов к нему: лидер – вождь; лидер – коммивояжер; лидер – марионетка; лидер – пожарный. Черты, присущие подлинному лидеру.

Деятельность PR-агентств. Новый взгляд на исследование политического рейтинга. Выявление устойчивых компонент имиджа, повышающих рейтинг лидера и его стабильность - задача в политическом маркетинге.

Тема 11. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле

Классификация оптовой торговли по: широте ассортимента; способу доставки; степени кооперации; отношению к системе сбыта; размеру оборота; форме оптовой торговли.

Виды оптовой торговли со склада. Задачи маркетинга оптовой торговли. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка сбыта. Маркетинг закупок. Маркетинг-логистика. Маркетинговые решения сбыта. Организация мерчендайзинга. Разработка маркетинговых стратегий. Маркетинг-аудит системы сбыта.

Решения оптовой компании в области коммуникаций. Тенденции современного развития оптово-посреднической деятельности: стремление к диверсификации, углублению ассортимента.

Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия. Основные критерии выбора магазинов потребителем: приемлемые цены, широта ассортимента товаров, высокое качество товаров, хорошее обслуживание, удобное размещение. Влияние различных факторов на выбор потребителем торгового предприятия.

Разработка стратегии позиционирования торгового предприятия. Собственная концепция торговли.

Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи, условия осуществления.

Сегментация рынка и выбор целевых рыночных сегментов. Изучение требований потребителей к товарам, упаковке, методам продажи, сервису, услугам.

Определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях своих жизненных циклов. Разработка ассортиментной модели и стратегии реализации товаров.

Схема формирования конкурентоспособной ассортиментной модели предприятия торговли. Оценка работы торговых предприятий.

Тема 12. Особенности маркетинга в книгоиздательстве

Издательство (книжно-предпринимательская деятельность): сущность, основные черты. Структура деятельности издательства: основные элементы.

Книжный маркетинг: основные этапы. Книжные рынки: сущность, структура, виды, механизм книгораспространения, тенденции развития.

Классификация книг и каналов их распространения. Исследование книжного рынка: цели, направления, методы. Рыночная среда, на которой действует издательство: основные элементы.

Коммуникационное поле потребителя. Печатная продукция: газеты, журналы, листовки, прайс-листы, реклама в книгах, закладки, проспекты, каталоги, тематические планы, плакаты, специальные периодические издания, календари, буклеты, объявления.

Электронные средства связи. Общение между людьми. Наглядная информация.

Особенности маркетинга книг в твердом переплете.

Реклама и продвижение книг к читателю. Основные потребности читателя, оптового покупателя, госчиновника. Система базовых мотивов покупателя.

Торговая и потребительская реклама: сущность, различия, инструменты. Проблемы стимулирования сбыта. Рекламные сообщения издательства: основные формы.

Паблисити и ПР. Основные функции ПР на уровне издательства. Отношения со СМИ. Пресс-конференции, брифинги, презентации. Выставки, ярмарки, церемонии награждения и вручения литературных премий.

Система книжной торговли в России. Оптовая книжная торговля. Розничная торговля. Распределение учебников. Комплектование библиотек. Букинистическая торговля. Современные тенденции и новые направления развития книжного рынка в России.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Международный маркетинг» (Б.1.В.ДВ.6.2)

1. Цель дисциплины – вооружить обучаемых знаниями об особенностях маркетинговой деятельности организации на международных рынках, сконцентрировать их внимание на стержневых проблемах дисциплины, сформировать навыки проведения маркетинговых исследований на международных рынках, способствовать развитию культуры управленческого мышления при решении проблем международной предпринимательской деятельности.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области международного маркетинга и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

Знать:

- специальную терминологию (тезаурус) учебной дисциплины;
- особенности анализа международных рынков;
- особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира;
- особенности отношений между продавцами (производителями) и потребителями продукции в отдельных странах;
- модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах;
- подходы к сегментации потребителей различных стран;
- способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка;
- методы формирования товарной политики с учетом особенностей национальных, культурных, религиозных и др. факторов;
- методы ценообразования в отдельных сегментах международного рынка;
- методы формирования коммуникационной политики в отдельных странах и регионах.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках;
- анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников;
- разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков.

Владеть:

- инструментами международного маркетинга;
- методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности;
- способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики различных стран и регионов.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Маркетинг как инструмент анализа международного рынка

Тема 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства

Предмет, цели и задачи курса. Основные аспекты рассмотрения сущности международного маркетинга. Основные категории международного маркетинга.

Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства. Стадии перехода к международному маркетингу. Традиционный экспорт. Экспортный маркетинг. Международный маркетинг. Глобальный маркетинг (в сочетании с международным менеджментом).

Этапы интернационализации фирмы. Местная стадия развития. Начальная стадия интернационализации. Стадия развития. Стадия роста. Многонациональная стадия интернационализации. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.

Место, роль и значение международного маркетинга в условиях рыночной экономики.

Роль международного маркетинга в экономическом развитии России. Ориентация российских фирм на внешние рынки. Формирование рыночной инфраструктуры и правового поля маркетинга.

Тема 2. Экономическая среда международного маркетинга

Факторы, действующие в международном маркетинге. Контролируемые и неконтролируемые факторы. Виды конкурирующих сил, действующих на международных рынках.

Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности: динамика экономики; промышленная эффективность; динамика рынка; финансовая динамика; человеческие ресурсы; государственное вмешательство; национальные ресурсы; внешняя ориентация; инновационная ориентация; социально-политический консенсус.

Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга. Виды торговых барьеров. Квоты на экспорт. Квоты на импорт. Преимущества и недостатки интернационализации фирмы.

Модуль 2. Поведение потребителя и инструменты международного маркетинга

Тема 3. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге

Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм». Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.

Состав культурной среды, влияющей на международный бизнес. Влияние характеристик национальных культур на эффективность менеджмента и маркетинга за рубежом.

Воздействие национальных культур на стиль поведения фирм на международных рынках.

Тема 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности

Рынок и конъюнктура. Изучение товарной структуры рынка. Классификация рынков. Соотношение спроса и предложения на конкретном рынке. Общие и частные рыночные проблемы. Рынок отдельного товара. Модель изучения товарной структуры рынка. Доля рынка.

Комплексное исследование рынка. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности. Оценка конъюнктуры рынка. Система показателей. Факторы формирования рыночной конъюнктуры.

Емкость рынка. Уровни емкости рынка: потенциальный и реальный. Системный подход к исследованию конъюнктуры. Прогноз конъюнктуры и конъюнктурная симптоматика. Анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.

Тема 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков

Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.

Анализ состояния и тенденции развития зарубежного рынка. Особенности изучения конкурентов, потребителей, систем товародвижения и продаж, систем стимулирования сбыта и рекламы, политико-правовой среды, культуры, микро- и макросреды фирмы.

Основные стадии исследования рынка. Кабинетные и полевые исследования. Методы анализа потенциала фирмы, конкурентов, рынка, макросистемы.

Методы анализа оперативной деятельности фирмы: продукт-тест, тест цены, предварительный прогноз успеха (претест), контроль успеха (посттест).

Методы прогноза: количественные и качественные.

Классификация товарных рынков в международном маркетинге. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.

Факторы, влияющие на измерение емкости рынка возможного экспорта.

Критерии привлекательности странового рынка: емкость рынка; рост странового рынка; структура потребителей; диапазон цен; покупательная способность потребителей: доступность рынка; политические и экономические риски страновых рынков.

Факторы, воздействующие на интенсивность конкуренции и влияющие на уровень конкурентоспособности фирм.

Тема 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами

Этапы развития организации маркетинга: экспортный отдел; международное отделение; многонациональная организация. Схемы функциональной и региональной структуры маркетинговых служб.

Уровень затрат, связанных с выходом на зарубежный рынок. Степень привлекательности инвестирования. Формы участия предпринимателей на международных рынках: экспорт; лицензирование и франчайзинг; совместные фирмы; стратегические союзы (альянсы); полностью собственные филиалы.

Формы и средства технологического обмена. Инфраструктура бизнеса. Особенности международной лицензионной торговли. Виды передачи технологий (ноу-хау).

Внутренний рынок лицензий в России. Патентные и беспатентные лицензии. Специфика экономических расчетов при купле-продаже лицензий.

Расчетная цена лицензии. Паушальные платежи. Продажная цена как база роялти. Процедура расчета цены лицензии и выбора видов лицензионных платежей. Валютная эффективность продажи лицензии.

Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными фирмами. Варианты организации франчайзинга: классический, региональный, субфранчайзинг, развивающийся.

Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.

Тема 7. Изучение зарубежного потребителя

Типология потребностей человека. Международные организации-потребители: характеристика, виды, особенности. Особенности мотивации индустриального покупателя.

Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах. Особенности покупательского поведения потребителей различных стран.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Рациональный подход к решению проблемы. Модель атрибутивного товара фирмы. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара.

Меры реакции покупателей: познавательная, эмоциональная, поведенческая. Анализ привычных приемов при закупке. Анализ приверженности марке.

Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы. Стратегии сегментации рынка. Построение сетки сегментации.

Описательная сегментация. Сегментация по выгодам. Поведенческая сегментация. Сегментация по стилю жизни VALS-1, VALS-2, Internet-VALS.

Особенности сегментации рынков промышленных и потребительских товаров. Правила эффективной сегментации. Выбор целевых сегментов.

Международная сегментация. Оценка привлекательности сегментов рынка.

Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.

Тема 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках

Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке. Расширенная концепция соперничества. Барьеры входа и выхода.

Анализ конкурентных ситуаций. Механизм ценовой войны. Варианты конкурентного поведения. Анализ реакций конкурентов. Измерение рыночной силы.

Компоненты международных маркетинговых стратегий: доминирующие принципы и ценности, цели, главные решения.

Критерии классификации международных маркетинговых стратегий: происхождение и развитие фирмы, ее позиция на рынке, состояние рыночной конъюнктуры, маркетинговые приоритеты.

Выбор стратегии маркетинга. Привлекательность базового рынка и конкурентная сила фирмы. Типология рынков товара. Основные сценарии развития. Индикаторы конкурентоспособности. Портфельный анализ направлений деятельности. Конкурентные стратегии. Стратегии международного развития.

Развитие фирмы путем выпуска новых товаров. Оценка риска инноваций. Кривые «смертности» идей новых товаров. Организация процесса разработки нового товара.

Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.

Модуль 3. Комплекс международного маркетинга

Тема 9. Товарная политика фирмы: международный аспект

Международные аспекты товарной политики. Обязательная модификация экспортных товаров. Четыре варианта модификации.

Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках. Расширение товарных рынков + расширение коммуникаций.

Расширение товарных рынков + адаптация. Адаптация товара + расширение коммуникаций. Адаптация товара + адаптация коммуникаций.

Стратегия разработки новых товаров. Сущность и критерии определения новых товаров. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии. «*Portfolio*» – анализ и позиционирование товара.

Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи. Факторы, определяющие ассортимент продукции фирмы. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность и проблемы.

Стратегия разработки международного глобального продукта. Особенности организации международного распределения товаров с учетом тенденций глобализации.

Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства. Основные принципы и задачи сервисной политики фирмы за рубежом. Особенности сервиса на различных зарубежных рынках.

Тема 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке

Теоретические основы рыночного ценообразования. Адаптация цен с учетом эластичности спроса и других реакций зарубежного рынка на изменения цен. Понятие «воспринимаемая ценность» товара на зарубежном рынке.

Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках. Разновидности конкурентных стратегий «цена – качество», их реализация на зарубежном рынке. Факторы, влияющие на уровень цен. Особенности ценообразования на различных международных рынках.

Особенности установления экспортных цен в международной торговле. Виды цен: контрактные цены, биржевые котировки и аукционные цены, справочные цены, цены прейскурантов, индексные цены, цены предложения и др.

Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС-90». Порядок расчета экспортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.

Цели ценовых стратегий. Основные ценовые стратегии: премиальных цен (защитных); исчерпания и проникновения; ценовой дифференциации. Гибкие ценовые стратегии. Связь ценовых решений с характером конкурентной среды. Предугадывание поведения конкурентов. Стратегии понижения цен. Стратегии повышения цен. Ценовое лидерство. Ценовые стратегии для новых товаров. Установление цены на гамму товаров.

Тема 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке

Основные методы и системы сбыта на международном рынке. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке. Типы и функции посредников и каналов сбыта. Выбор посредника и факторы формирования сбытовой сети. Потоки распределения.

Критерии выбора каналов сбыта: масштаб и сила производителя, свойства товара, характеристики рынка, функционирование торговых каналов. Принятие решения о типе продаж. Формирование и управление каналами сбыта.

Стратегии охвата зарубежного рынка. Интенсивный, избирательный и эксклюзивный сбыт. Типы франшиз и их характеристики. Преимущества франшизера и покупателя франшизы.

Коммуникационные стратегии в канале сбыта: вталкивания, втягивания.

Коммерческие формы и методы реализации товара. Лизинг как форма сбыта продукции на международном рынке. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.

Создание климата продажи: сущность и основные подходы. Поиск клиентов по рекомендациям. Поиск клиентов без рекомендаций. Персональная работа с потенциальным клиентом. Умение продавать с помощью демонстрации и презентации вашего товара.

Оценка клиента – ключ к эффективной продаже. Обработка возражений клиента: сущность и основные приемы.

Методика преодоления спадов в торговле с зарубежным партнером.

Тема 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге

Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке. Средства маркетинговых коммуникаций. Стратегии личной и безличной коммуникации. Расходы на коммуникацию.

Новые коммуникационные технологии. Процесс рекламной коммуникации. Цели рекламной коммуникации.

Уровни эффективности рекламной коммуникации. Планирование рекламной поддержки. Критерии выбора каналов. Определение рекламного бюджета. Определение бюджета торгового персонала.

Реклама и ее виды. Стимулирование сбыта. Сервисная политика. Прямые (персональные) продажи.

Связи с общественностью (*Public Relations* – PR) и другие формы коммуникаций. Цель, сферы, направления и объекты действия PR. Содержание PR-деятельности, ее инструменты и формы.

Функции и области применения паблик рилейшнз и паблисити в экономике России.

Современные системы деловой коммуникации: основные элементы. Персональные контакты в маркетинге: их разновидности, сферы применения и инструментарий.

Комплексные формы коммуникаций. Ярмарки и выставки. Эффективная продажа. Совершенствование экспозиции. Культура международного маркетинга.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4,0**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа (СР):	**3,42**	**123**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,42	123
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,25**	**Экзамен (9)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление маркетингом» (Б1.В.ДВ.7.1)

1. Цель курса – изучение концепции и процесса управления маркетингом, формирование навыков разработки маркетинговой политики и процедур и принятия маркетинговых решений.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

– владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

– способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

– методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; особенности комплекса маркетинга при работе на различных рынках; особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях; основы стратегического и оперативного планирования; эффективные маркетинговые стратегии фирмы при выходе на целевой рынок.

Уметь:

– проводить маркетинговые исследования в интересах фирмы; осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка; эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы; выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках; осуществлять контроль, оценку и аудит маркетинга.

Владеть:

– навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

3. Краткое содержание дисциплины

Тема 1. Концепция управления предприятием, действующим на принципах маркетинга.

Сущность и механизм управления маркетингом. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров, ориентированная на установленный платежеспособный спрос.

Научно-технический прогресс – основная производительная сила общества. Система потребления как ограничитель возросших возможностей современного производства.

Маркетинг как интегрирующая функция управления предприятием в конкурентной среде.

Создание условий для обеспечения баланса интересов товаропроизводителя и потребителя.

Стратегические и оперативные маркетинговые решения. Управление функциями маркетинга.

Тема 2. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием.

Цели предприятия и цели маркетинга. Ключевая роль службы маркетинга в разработке и осуществлении стратегического плана развития предприятия. Планы маркетинга как важная составляющая стратегического корпоративного плана предприятия.

Тема 3. Подходы к выработке стратегии предприятия.

Лидерство в минимизации издержек производства (ценовое лидерство). Специализация в производстве товарной продукции (лидерство в товаре). Концентрация производственно-коммерческой деятельности на предпочтительных сегментах рынка (лидерство в нише). Стратегии предприятия: концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста. Стратегии сокращения хозяйственной деятельности.

Тема 4. Стратегии хозяйственного портфеля.

Понятие стратегического хозяйственного портфеля (СХП) или стратегических зон хозяйствования. Хозяйственный портфель как инструмент стратегического планирования и управления производственно-коммерческой деятельностью предприятия.

Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ).

Матрица консультационной компании Мак-Кинзи («Дженерал Электрик») - «привлекательность рынка / перспектива роста». Наступательная стратегия, оборонительная стратегия, стратегия ухода или прекращения инвестирования.

Тема 5. Стратегии роста малых, средних и крупных предприятий.

Влияние размера предприятия на условия выживания и укрепление конкурентных позиций.

Стратегии малого предприятия в зависимости от особенностей товара, характера рынка и потенциала роста.

Особенности стратегий роста средних предприятий, в т.ч. специализация, диверсификация и стандартизация товарной продукции.

Типизация крупных предприятий в зависимости от области и профиля основной производственно-хозяйственной деятельности, темпов роста, прибыльности, выбора стратегий роста.

Матрица И. Ансоффа, матрица внешних приобретений, новая матрица БКГ (эффект затрат, эффект диверсификации).

Поглощение и слияние как инструмент развития организации. Вертикальные и горизонтальные интегративные стратегии.

Тема 6. Конкуренция и конкурентные преимущества.

Понятие и сущность конкуренции. Модель конкурентных сил М. Портера. Угрозы со стороны действующих предприятий. Возможность появления новых предприятий-конкурентов. Угроза появления новых товаров. Угроза со стороны потребителей и поставщиков.

Конкурентные преимущества как концентрированное проявление превосходства над предприятиями-конкурентами в экономической, производственной, научно-технической, инновационной и организационной деятельности.

Основные показатели и оценка конкурентных преимуществ: дополнительная прибыль, высокая рентабельность производственно-коммерческой деятельности, заметная доля рынка, рост объема продаж, быстрая реакция на инновационные процессы путем выпуска новых товаров и др.

Тема 7. Методы выбора целевого рынка.

Оценка социальной, политической, экономической и технологической (уровень технологий) ситуации на потенциальных целевых рынках.

Ранжирование как метод поиска целевого рынка. Критерии ранжирования: емкость рынка, инвестиции в отрасли, потребляющие товары предприятия, требования рынка к технико-экономическим, качественным и иным потребительным показателям товарной продукции предприятия, уровень транспортных и иных издержек, связанных с доставкой товара до потребителей, наличие развитой товаропроводящей сети на предполагаемом целевом рынке.

Методы анализа привлекательности рынка.

Тема 8. Организационные подходы к сегментации рынка.

Изучение потребителей. Понятие цели сегментации. Сегментация потребителей и выбор целевого сегмента по социодемографическим, психографическим, поведенческим, географическим, мотивационным признакам.

Выбор предприятием предпочтительного сегмента рынка по критериям: количественные границы, доступность сегмента, информационная обеспеченность и устойчивость сегмента, прибыльность, доходность и защищенность сегмента от конкуренции.

Методы проведения сегментации. Методы проведения позиционирования.

Тема 9. Управление товаром. Товарные стратегии

Маркетинговые решения по товарам. Конкурентоспособность товара.

Создание нового товара как основа товарной политики предприятия. Понятие нового товара: «пионерный» уникальный товар, товар с новыми потребительными характеристиками, созданный на основе старой товарной системы, товар рыночной новизны, товар, удовлетворяющий известную потребность на качественно новой основе благодаря применению новейших технологий.

Товарные стратегии модернизации, модификации, диверсификации, стандартизации.

Управление инновационными процессами на предприятии.

Разработка оптимального ассортимента (номенклатуры, типорядов) товаров. Понятие широты и глубины ассортимента и его безубыточности.

Создание товарных систем и организация системных продаж. Марочные стратегии и марочные технологии.

Тема 10. Управление ценовой политикой.

Затратное ценообразование, ориентированное на полные, прямые, усредненные, стандартные, предельные издержки. Метод установления целевой цены или целевой нормы прибыли.

Ориентация на ценового лидера, конкуренция, среднеотраслевые цены, другие способы административного ценообразования.

Установление цен с ориентацией на спрос с учетом эластичности спроса. Ценовая дискриминация: по поведению покупателя, по вариантам товара, по месту и времени продаж.

Ценовые стратегии предприятия при решении коммерческих задач, при выходе на новый рынок, при выводе нового товара. Стратегия «снятия сливок» при установлении цен на пионерные (уникальные) товары. Стратегия прохода по сегментам рынка.

Дифференцированное ценообразование. Психологическое ценообразование. Ценовая конкуренция. Понятие демпинга. Антидемпинговые процедуры как средство защиты национальных производителей от недобросовестной конкуренции экспортеров товаров.

Тема 11. Управление распределением. Маркетинговые каналы распределения

Маркетинговые решения по распределению. Распределение товаров через систему независимых посредников, коммерческих агентов. Критерии выбора и оценка рентабельности каналов. Коммуникативные стратегии в системе продвижения товара по сбытовой сети от товаропроизводителя до потребителя. Преимущества и недостатки методов протягивания и проталкивания.

Управление конфликтами и развитие маркетинга отношений в каналах распределения.

Функции продаж: мерчандайзинг (маркетинг в местах продаж), работа торгового персонала.

Прямой маркетинг: собственная система распределения и продаж, личные продажи в различных формах: многоуровневый маркетинг, торговля вразнос, каталожная торговля, коммерческие переговоры (главным образом товары производственно-технического назначения). Электронная коммерция.

Функции сбыта: упаковка, транспортировка, «деление», хранение (складирование), сортировка, обработка и оценка информации о позиции товара. Работа сбытового персонала.

Тема 12. Основы управления маркетинговыми коммуникациями.

Коммуникативная модель. Безличные и личные контакты. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Понятие синергизма системы.

Решения по рекламе, связям с общественностью. Управление личными продажами. Методы проведения деловых переговоров и презентаций. Ярмарки и выставки. Стимулирование продаж.

Тема 13. Организационное построение службы маркетинга на предприятии.

Распределение функций маркетинга между отдельными функциональными и оперативными подразделениями предприятия. Объединение в единую систему управления подразделениями, отвечающими за исполнение наиболее существенных функций маркетинга, формирование службы маркетинга.

Положение директора по маркетингу в иерархии власти на предприятии.

Разработка должностной инструкции для сотрудника организации, включающей права, обязанности и ответственность директора по маркетингу, специалистов маркетинга.

Разработка положения службы маркетинга на предприятии.

Современные оргструктуры. Службы маркетинга, ориентированные на ситуативно-прогнозные методы управления.

Современные требования к специалисту маркетинга.

Тема 14. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.

Цели и задачи планирования. Принципы планирования: ясность, целенаправленность, системность, учет ресурсного обеспечения, вариантность, оптимальность, согласованность, динамичность, адаптивность.

Виды планов маркетинга в зависимости от горизонта планирования, содержания и поставленных целей, точности и глубины проработки, способу разработки. Оперативный и стратегический маркетинговые планы предприятия.

Стратегическое планирование. Определение стратегических целей маркетинга. Создание стратегических хозяйственных подразделений предприятия. Установление целей маркетинга для каждого самостоятельного хозяйственного предприятия.

Разработка стратегий маркетинга на основе ситуационного анализа, SWOT - анализ.

Разработка оперативных целей маркетинга и оперативного плана. Доведение целей и задач оперативного планирования до каждого исполнителя. Контроль исполнения оперативного плана по времени, количественным и качественным критериям.

Разработка плана-программы маркетинга по созданию, организации производства и реализации системы мероприятий (маркетинговый микс) по каждому товару, группе товаров, товарной системе.

Тема 15. Оценка, контроль и аудит маркетинга.

Виды контроля в маркетинге.

Оценка маркетинговых усилий в достижении стратегических целей предприятия.

Внутренний и внешний виды аудита (ревизии) маркетинга, преимущества и недостатки этих видов аудита (ревизии) маркетинга.

4.Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,67**	**96**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые коммуникации» (Б1.В.ДВ.7.2)

1. Цель дисциплины – ознакомление бакалавров с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

- сущность маркетинговых коммуникаций;
- факторы эффективности маркетингового коммуникационного процесса;
- процесса планирования программы маркетинговых коммуникаций;
- основных коммуникационных инструментов и их характеристик;
- характеристик основных игроков на рынке маркетинговых коммуникаций;

- методы оценки эффективности коммуникационных программ в маркетинге;
- сущность PR-деятельности и основы планирования PR-мероприятий;
- методы определения эффективности PR;
- процесс планирования и методы оценки эффективности программ по стимулированию сбыта;
- характеристики, основные преимущества и методы определения эффективности прямого маркетинга;

Уметь:

- планирования программы маркетинговых коммуникаций;
- выбора маркетинговых инструментов;
- разработки рекламной программы;
- оценивать эффективность рекламы;
- планировать PR -программу;
- планировать мероприятия по стимулированию сбыта;
- выбирать средства стимулирования сбыта;
- выбирать и использовать каналы прямого маркетинга в деятельности организации;
- выбирать и использовать новые медиа и инструменты в программах маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- владеть специальной маркетинговой терминологией на профессиональном уровне;
- разработки программы маркетинговых коммуникаций: формулирования целей и задач, определения целевой аудитории, создания сообщения, выбора каналов (инструментов) маркетинговых коммуникаций, определению бюджета и оценки эффективности;
- составления пресс-релиза и других текстовых PR-материалов;
- разработки программ по стимулированию сбыта;
- составления сообщений для распространения по каналам прямого маркетинга;
- профессиональной аргументации при обсуждении выводов и рекомендаций по результатам выполнения программ в сфере маркетинговых коммуникаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Тема 1. Маркетинговые коммуникации: принципы, основные элементы, инструментарий.

Определения маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Эволюция концепций маркетинговых коммуникаций. Мировая дискуссия по проблеме интегрированности маркетинговых коммуникаций. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Принципы разработки эффективных коммуникаций: определение целевой аудитории, выбор коммуникационного канала, разработка сообщения, бюджетирование, формирование коммуникационной программы, мониторинг и оценка.

Тема 2. Средства массовых коммуникаций: анализ, стратегия и планирование.

Особенности различных СМИ и их использование в программах маркетинговых коммуникаций. Восприятие рекламных сообщений аудиторией в зависимости от вида СМИ. Российский медиа рынок. Медиа-исследования: телевидение, радио, пресса. Обзор мирового и российского опыта медиа-исследований, сравнительный анализ. Анализ коммуникационной эффективности рекламных и пиар кампаний. Качественные и стоимостные показатели. Методика прогноза эффективности. Деятельность по планированию медийных маркетинговых коммуникаций: этапы формирования плана. Принципы и методы составления медиа-плана. Формат медиа-планов.

Тема 3. Инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама.

Обзор мирового и российского рынка рекламы. Общая схема рынка размещения рекламы: система взаимоотношений между игроками. Реклама: определение, типы, роли, функции. Игроки на рекламном рынке: Рекламодатель. Рекламные агентства. Медиа-хаузы. СМИ. Свободные торговцы идеями. Исследовательские организации. Основные модели рекламы. Государственное

регулирование рекламной деятельности в РФ. Рекламная этика. Стратегия и тактика рекламных коммуникаций. Стратегии рационалистического типа: родовая стратегия, стратегия преимущества, стратегия уникального торгового предложения (УТП), стратегия позиционирования. Проекционные стратегии: имидж бренда, резонанс, аффективная стратегия. Тактические приемы реализации рекламных стратегий коммуникации. Составляющие креативной рекламной стратегии. Специфика визуальных образов и вербальных компонентов в аудиальной, визуальной и печатной рекламе. Разработка творческих идей: копирайтинг, креатив в рекламе. Принципы составления креативных заданий (брифов) для разработки рекламного продукта.

Тема 4. Инструменты маркетинговых коммуникаций: PR.

Определения. PR механизм. PR цели. PR средства. Система RACE. Маркетинг паблик рилейшинз (MPR). Реклама и PR. Пропаганда и PR. Классификация функций PR. Интеграция PR в структуру организации. Эволюция концепций PR. Модели PR . Основные сферы PR. Связи со СМИ (медиа-рилейшнз). Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты. Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.

Тема 5. Инструменты маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта.

Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования. Стратегия проталкивания продукта и стратегия привлечения потребителя к продукту. Стимулирование сбыта, обращенное к потребителю. Стимулирование направленное на посредников (дистрибуторы, розничные и оптовые торговцы). Стимулирование направленное на бизнес-покупателей. Ценовое стимулирование, стимулирование в натуральной форме, стимулирование в активной форме: терминология и принципы. Особенности мерчендайзинга в магазинной торговле. POS материалы. Организация деятельности по стимулированию сбыта. Мониторинг и оценка программ по стимулированию сбыта.

Тема 6. Инструменты маркетинговых коммуникаций: событийный маркетинг.

Особенности современной корпоративной режиссуры: организация выставок, специальных мероприятий и спонсорских событий. Благотворительность как форма сотрудничества с потребителем. Событие как рекламоноситель. Маркетинг знаменитостей. Критерии выбора событийных коммуникационных программ. Особенности продакт плейсмента, презентации, специальных мероприятий. Проблемы бюджетирования и оценки в событийном маркетинге.

Тема 6. Инструменты маркетинговых коммуникаций: новые каналы и инструменты.

Интернет: канал и/или инструмент маркетинговых коммуникаций. Особенности и противоречия в природе и сущности Интернета как глобальной информационной сети. Медиа инновации. СМС и мобильные коммуникации. Вирусный маркетинг. Охота за тенденциями и трендсеттинг.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,22**	**8**
Лекции	0,11	4
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,67**	**96**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Поведение потребителей» (Б.1.В.ДВ.8.1)

1. Цель дисциплины – углубленная проработка теоретического материала по направлениям маркетинговой деятельности (факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи), позволяющая руководителям и маркетологам лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области поведения потребителя в различных ситуациях и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением 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);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Знать:

- теоретические основы современного этапа развития дисциплины «Поведение потребителя»;
- сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;
- различные подходы и теории потребительского поведения;
- различные аспекты теории потребительского поведения;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке;
- основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке;
- основные методики определения степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей;
- сущность и выявить особенности мотивации индустриального потребителя;
- эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей;
- механизм манипуляции потребительским поведением;
- Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.

Уметь:

- проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;
- использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями;

– ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

– методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;
– навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Базовые понятия и категории дисциплины

Тема 1. Предмет и задачи курса

«Поведение потребителей» как прикладная научная дисциплина. Потребитель как объект исследования. Предмет и задачи курса.

Взаимосвязь дисциплины «Поведение потребителей» с фундаментальными научными дисциплинами.

Потребление как способ удовлетворения базисных человеческих потребностей посредством разового или длительного потребления (уничтожения) товаров. Потребление – производство символов (Baudrillard, 1996).

Новая макро- и микросреда маркетинга. Место маркетинга в экономике XXI в. Роль маркетинга в принятии стратегических решений фирмы. Особенности современного рынка и поведение потребителей. Новые технологии и поведение потребителей. Поиск новых источников конкурентных преимуществ.

Изменения в требованиях потребителя в эпоху глобализации рынка и конкуренции. Идея «нового потребителя». «Конец эры массового маркетинга». Консюмеризм. Энвиронментализм. Новые приоритеты маркетинга.

Тема 2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения

Нужды и потребности: сущность и различие. Типология потребностей человека. Потребности: ложные и истинные, родовые и производные, абсолютные и относительные. Искусственные потребности.

Реестр человеческих потребностей Мэррея: первичные и вторичные; позитивные и негативные; явные и латентные; осознанные и неосознанные. Реестр ценностей по Рокичу.

Анализ поведенческой реакции покупателя. Уровни реакции покупателей. Матрица вовлеченности Фута–Коуна–Белдинга. Интеллектуальный и эмоциональный методы познания. Измерение познавательной реакции. Теория потребительских ценностей Шета–Ньюмана–Гросса. Ценности функциональные, социальные, эмоциональные, эпистемические, условные. Матрица «важность / выраженность».

Атрибуты: релевантные и детерминирующие. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара. Ядерные и периферийные услуги.

Концепция мультиатрибутивного товара. Значимость атрибутов. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара: «композиционный» и «декомпозиционный».

Модуль 2. Развитие науки о поведении потребителя: современный аспект

Тема 3. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории

История изучения поведения потребителей. Теории потребления К. Маркса (идея товарного фетишизма), Т. Веблена (теория показного потребления), Г. Зиммеля (теория моды), В. Зомбарта (концепция роскоши), М. Вебера (концепции статусных групп и протестантской этики). Современные теории потребления П. Бурдье, Ж. Бодрияра, И. Гофмана, М. Бахтина. Идеальные тип и модель потребительского поведения. Функции модели.

Социальное действие и поведение. Единица поведения (социальный акт, действие). Фазы социального акта: импульс, перцепция, манипуляция и консуммация. Поведение как серия взаимосвязанных социальных актов. Особенности поведения потребителя: осознание собственных потребностей и интересов, выбор покупки и торг, использование купленного, многократное повторение этого цикла применительно к разным товарам и в разное время.

Классификация социального поведения. Формы социального действия: позитивное и негативное действие.

Тема 4. Теория потребительского поведения

Рациональное поведение потребителя. Суверенитет потребителя. М. Фридман о различиях между стабильным и преходящим доходом, стабильным и преходящим потреблением.

Полезность блага: сущность и основные виды. Общая и предельная полезность блага. Закон убывающей предельной полезности. Ординалистский (порядковый) подход к определению полезности благ. Эффект замещения и эффект дохода. Кривые безразличия и бюджетное ограничение. Представление предпочтений потребителя с помощью кривых безразличия. Товары Гиффена. Кривые Энгеля. Оптимальный выбор потребителя.

Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.

Тема 5. Характеристика потребителя

Культурные факторы, влияющие на поведение потребителя: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.

Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.

Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждения и отношения. Направления изучения поведения потребителей. Основные средства влияния на поведение потребителей России.

Тема 6. Мотивация потребителя

Мотив и мотивация потребителя. Классификация «соматопсихологических человеческих типов» Ганзена–Толкачева. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке: зрительный, слуховой, оральный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасты, хронофутуры.

Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей. Теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу; их влияние на поведение потребителей. Мотивы: выгоды, снижения риска, признания, удобства, свободы, познания, содействия, соучастия, самореализации.

Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.

Тема 7. Модель поведения покупателя

Простая и развернутая модель поведения покупателя. Побудительные факторы маркетинга: товар, цена, методы распространения, стимулирование сбыта. Прочие раздражители поведения покупателя: экономические, научно-технические, политические, культурные.

«Черный ящик» сознания потребителя. Ответные реакции потребителя: выбор товара, марки, дилеров, времени покупки, объекта покупки.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Осознанный выбор: пять стадий.

Источники информации потребителя: личные, коммерческие, общедоступные, источники эмпирического опыта. Риски покупателя: финансовые потери, потери времени, физический риск, психологический риск.

Подходы к решению проблемы: расширенное решение, ограниченное решение; поведение, основанное на рутинной реакции. Степень вовлеченности покупателя. Рациональный подход к решению проблемы.

Тема 8. Удовлетворенность потребителя

Удовлетворение нужд и потребностей потребителя как основная задача предприятия. Значение степени удовлетворения потребителя для организации в истекшем и будущем периодах ее деятельности. Удовлетворенность и неудовлетворенность потребителей. Основные типы поведения удовлетворенного и неудовлетворенного потребителя. Теория «брешей обслуживания».

Причины неудовлетворенности потребителя. Лояльно настроенные потребители. Азбука потребительской лояльности. Изучение степени удовлетворенности и поддержание

приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы. Принцип управления удовлетворенностью потребителей: «если можешь замерять – значит, можешь управлять».

Схемы приверженности для удержания потребителей. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей. Оценка удовлетворенности потребителей. Исследование репутации компании.

Уровень ожиданий потребителя и уровень желаний. Качество товара: ожидаемое, желаемое, привлекающее (волнующее). Уровни исполнения товара: идеальный, ожидаемый, неприемлемый.

Тема 9. Особенности мотивации индустриального потребителя

Спрос на промышленные товары: сущность и структура. Природа спроса на промышленные товары.

Особенности спроса на промышленные товары. Особенности индустриального покупателя и его характеристика. Характеристики товара промышленного назначения. Особенности мотивации индустриального покупателя. Особенности индустриального маркетинга.

Структура и особенности индустриальной цепочки. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники». Потребности центра закупки.

Типы ситуаций: новая задача, модификация повторной закупки, повторная закупка. Многомерная природа потребности индустриального покупателя. Этапы процесса индустриальной закупки. Анализ процесса закупки.

Организации-потребители: характеристика, виды, особенности.

Модуль 3. Особенности и методы управления поведением потребителя

Тема 10. Воздействие рекламы на поведение потребителей

Реклама и ее роль в жизни общества. Определение понятия «реклама». Классификация рекламы по способу воздействия: зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая. Интернет-реклама.

Ощущения: зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, кожные, двигательные, осязательные, равновесия, органические, вибрационные и др.

Психология и реклама. Психологические закономерности запоминания информации.

Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей. Результаты воздействия рекламы на потребителя. Роль управления рекламой.

Тема 11. Манипуляция поведением потребителя

Иррациональное потребительское поведение (Т. Шибутани). Механизмы иррационального поведения: подражание, заражение и механизм взаимного заражения, внушение.

Толпа и публика: сущность и различия. Толпа как группа людей, захваченных одной эмоцией. Виды эмоций людей в толпе: негативная и позитивная.

Фазы формирования толпы: циркулярная реакция, реакция окружения, формирование действующей толпы. Особенности влияния на публику: сущность и средства. Современные средства манипуляции поведением миллионов людей. Паника: сущность и фазы.

Наркозависимость (наркомания) как форма иррационального поведения. Наркоман как иррациональный потребитель. Р. Элиот о «шопинг-наркомании». Основные типы «шопинг-наркоманов»: «обжоры», «мстительные покупательницы», «экзистенциальные покупатели».

Тема 12. Основы эффективной торговли

Профессия продавца: сущность, особенности, проблемы. Источники успеха в профессии продавца. Умение задавать вопросы: основные принципы. Завязки: стандартные, обращенные, внутренние, меченые.

Создание «климата продажи». Умение продавать то, что нужно. Воздействие на эмоции покупателя – ключ к успеху. Слова-отторжения и слова-побуждения. Мотиваторы: деньги, защищенность, достижение, признание, уважение, самопризнание. Демотиваторы: страх потерять защищенность, страх неудачи, сомнение в себе, боязнь перемен. Основные правила успешной продажи.

Защита прав потребителей в России и за рубежом. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Комплекс нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	Всего	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Моделирование поведения потребителя» (Б.1.В.ДВ.8.2)

1. Цель дисциплины – углубленная проработка теоретического материала по направлениям маркетинговой деятельности (факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи), позволяющая руководителям и маркетологам лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области поведения потребителя в различных ситуациях и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением 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);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Знать:

- основные категории дисциплины «Моделирование поведения потребителей»;
- сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;
- различные подходы и теории потребительского поведения;
- различные аспекты теории потребительского поведения;

- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке;
- основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке;
- основные методики определения степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей;
- сущность и выявить особенности мотивации индустриального потребителя;
- эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей;
- механизм манипуляции потребительским поведением;
- Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.

Уметь:

- проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью выявления неудовлетворенных потребностей и определения путей их удовлетворения;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;
- использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга.
- *Владеть:*
- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;
- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Основные понятия и категории дисциплины

Тема 1. Предмет и задачи курса

«Моделирование поведения потребителей» как прикладная научная дисциплина. Предмет и задачи курса.

Взаимосвязь дисциплины «Моделирование поведения потребителей» с фундаментальными научными дисциплинами. Потребление как способ удовлетворения базисных человеческих потребностей посредством разового или длительного потребления (уничтожения) товаров. Потребление – производство символов (Baudrillard, 1996).

Место маркетинга в экономике XXI в. Роль маркетинга в принятии стратегических решений фирмы. Особенности современного рынка и поведение потребителей. Новые технологии и поведение потребителей. Поиск новых источников конкурентных преимуществ.

Изменения в требованиях потребителя в эпоху глобализации рынка и конкуренции. Идея «нового потребителя». «Конец эры массового маркетинга». Консюмеризм. Энвиронментализм. Новые приоритеты маркетинга.

Тема 2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения

Нужды и потребности: сущность и различие. Типология потребностей человека. Потребности: ложные и истинные, родовые и производные, абсолютные и относительные. Искусственные потребности.

Реестр человеческих потребностей Мэррея: первичные и вторичные; позитивные и негативные; явные и латентные; осознанные и неосознанные. Реестр ценностей по Рокичу: терминальные (конечные) и инструментальные (опосредованные).

Анализ поведенческой реакции покупателя. Уровни реакции покупателей: познавательная, эмоциональная, поведенческая. Матрица вовлеченности Фута–Коуна–Белдинга. Интеллектуальный и эмоциональный методы познания. Измерение познавательной реакции: измерение известности, сравнение показателей воздействия информационных средств, запоминание и забывание, анализ воспринимаемого сходства. Теория потребительских ценностей Шета–

Ньюмана–Гросса. Ценности функциональные, социальные, эмоциональные, эпистемические, условные. Матрица «важность /выраженность».

Атрибуты: релевантные и детерминирующие. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара. Ядерные и периферийные услуги.

Концепция мультиатрибутивного товара. Значимость атрибутов. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара.

Модуль 2. Моделирование поведения и мотивации потребителей

Тема 3. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории

История изучения поведения потребителей. Теории потребления К. Маркса (идея товарного фетишизма), Т. Веблена (теория показного потребления), Г. Зиммеля (теория моды), В. Зомбарта (концепция роскоши), М. Вебера (концепции статусных групп и протестантской этики). Современные теории потребления П. Бурдье, Ж. Бодрияра, И. Гофмана, М. Бахтина. Идеальные тип и модель потребительского поведения. Функции модели.

Социальное действие и поведение. Единица поведения (социальный акт, действие). Фазы социального акта: импульс, перцепция, манипуляция и консуммация. Поведение как серия взаимосвязанных социальных актов.

Особенности поведения потребителя: осознание собственных потребностей и интересов, выбор покупки и торг, использование купленного, многократное повторение этого цикла применительно к разным товарам и в разное время. Классификация социального поведения. Формы социального действия: позитивное и негативное действие.

Тема 4. Теория потребительского поведения

Рациональное поведение потребителя. Суверенитет потребителя. М. Фридман о различиях между стабильным и преходящим доходом, стабильным и преходящим потреблением.

Полезность блага: сущность и основные виды. Общая и предельная полезность блага. Закон убывающей предельной полезности. Ординалистский (порядковый) подход к определению полезности благ. Эффект замещения и эффект дохода. Кривые безразличия и бюджетное ограничение. Представление предпочтений потребителя с помощью кривых безразличия. Товары Гиффена. Кривые Энгеля. Оптимальный выбор потребителя.

Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.

Тема 5. Характеристика потребителя

Культурные факторы, влияющие на поведение потребителя: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.

Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.

Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждения и отношения. Направления изучения поведения потребителей. Основные средства влияния на поведение потребителей России.

Тема 6. Мотивация потребителя

Мотив и мотивация потребителя. Классификация «соматопсихологических человеческих типов» Ганзена–Толкачева. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке: зрительный, слуховой, оральный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасты, хронофутуры.

Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей. Теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу; их влияние на поведение потребителей. Мотивы: выгоды, снижения риска, признания, удобства, свободы, познания, содействия, соучастия, самореализации.

Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.

Тема 7. Модель поведения покупателя

Простая и развернутая модель поведения покупателя. Побудительные факторы маркетинга: товар, цена, методы распространения, стимулирование сбыта. Прочие раздражители поведения покупателя: экономические, научно-технические, политические, культурные.

«Черный ящик» сознания потребителя. Ответные реакции потребителя: выбор товара, марки, дилеров, времени покупки, объекта покупки.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Осознанный выбор: пять стадий. Осознание проблемы. Поиск информации. Оценка альтернатив. Решение о покупке. Поведение после совершения покупки.

Источники информации потребителя: личные источники (семья, друзья, знакомые); коммерческие источники (реклама, продавцы, упаковка, выставки); общедоступные источники (средства массовой информации); источники эмпирического опыта (осязание, изучение, использование товара). Риски покупателя: финансовые потери, потери времени, физический риск, психологический риск.

Подходы к решению проблемы: расширенное решение, ограниченное решение; поведение, основанное на рутинной реакции. Степень вовлеченности покупателя. Рациональный подход к решению проблемы.

Тема 8. Удовлетворенность потребителя

Удовлетворение нужд и потребностей потребителя как основная задача предприятия. Значение степени удовлетворения потребителя для организации в истекшем и будущем периодах ее деятельности. Удовлетворенность и неудовлетворенность потребителей. Основные типы поведения удовлетворенного и неудовлетворенного потребителя. Теория «брешей обслуживания».

Причины неудовлетворенности потребителя. Лояльно настроенные потребители. Азбука потребительской лояльности. Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы. Принцип управления удовлетворенностью потребителей: «если можешь замерять – значит, можешь управлять».

Схемы приверженности для удержания потребителей. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей. Оценка удовлетворенности потребителей. Исследование репутации компании.

Уровень ожиданий потребителя и уровень желаний. Качество товара: ожидаемое, желаемое, привлекающее (волнующее). Уровни исполнения товара: идеальный, ожидаемый, неприемлемый.

Тема 9. Особенности мотивации индустриального потребителя

Спрос на промышленные товары: сущность и структура. Природа спроса на промышленные товары.

Особенности спроса на промышленные товары. Особенности индустриального покупателя и его характеристика. Характеристики товара промышленного назначения. Особенности мотивации индустриального покупателя. Особенности индустриального маркетинга.

Структура и особенности индустриальной цепочки. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники». Потребности центра закупки.

Типы ситуаций: новая задача, модификация повторной закупки, повторная закупка. Многомерная природа потребности индустриального покупателя. Этапы процесса индустриальной закупки. Анализ процесса закупки.

Организации-потребители: характеристика, виды, особенности.

Модуль 3. Современные методы управления поведением потребителя

Тема 10. Воздействие рекламы на поведение потребителей

Реклама и ее роль в жизни общества. Определение понятия «реклама». Классификация рекламы по способу воздействия: зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая. Интернет-реклама.

Ощущения: зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, кожные, двигательные, осязательные, равновесия, органические, вибрационные и др.

Психология и реклама. Психологические закономерности запоминания информации.

Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей. Результаты воздействия рекламы на потребителя. Роль управления рекламой.

Тема 11. Манипуляция поведением потребителя

Иррациональное потребительское поведение (Т. Шибутани). Механизмы иррационального поведения: подражание, заражение и механизм взаимного заражения, внушение.

Толпа и публика: сущность и различия. Толпа как группа людей, захваченных одной эмоцией. Виды эмоций людей в толпе: негативная и позитивная.

Фазы формирования толпы: циркулярная реакция, реакция окружения, формирование действующей толпы. Особенности влияния на публику: сущность и средства. Современные средства манипуляции поведением миллионов людей. Паника: сущность и фазы.

Наркозависимость (наркомания) как форма иррационального поведения. Наркоман как иррациональный потребитель. Р. Элиот о «шопинг-наркомании». Основные типы «шопинг-наркоманов»: «обжоры», «мстительные покупательницы», «экзистенциальные покупатели».

Тема 12. Основы эффективной торговли

Профессия продавца: сущность, особенности, проблемы. Источники успеха в профессии продавца. Умение задавать вопросы: основные принципы. Завязки: стандартные, обращенные, внутренние, меченые.

Создание «климата продажи». Умение продавать то, что нужно. Воздействие на эмоции покупателя – ключ к успеху. Слова-отторжения и слова-побуждения. Мотиваторы: деньги, защищенность, достижение, признание, уважение, самопризнание. Демотиваторы: страх потерять защищенность, страх неудачи, сомнение в себе, боязнь перемен. Основные правила успешной продажи.

Защита прав потребителей в России и за рубежом. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Комплекс нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**3,0**	**108**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,33**	**12**
Лекции	0,22	8
Практические занятия	0,11	4
Самостоятельная работа:	**2,56**	**92**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,56	92
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы учебной практики (Б2.У.1)

1. Цель учебной практики – расширение объема знаний обучающихся по выбранному направлению и получение первичных профессиональных умений и навыков путем самостоятельного творческого выполнения задач, поставленных программой практики.

В соответствии с ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), календарными графиками учебного процесса РХТУ им. Д. И. Менделеева и рабочими программами, учебная практика является концентрированной и проходит во 2-м семестре (72 часа) и в 4-м семестре (108 часов) для очной формы обучения и в 4-м семестре (108 часов) и в 6-м семестре (72 часа) для заочной формы обучения.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК):

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Знать:

- социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- принципы современных систем менеджмента;
- основы межкультурных отношений в менеджменте;
- экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков.

Уметь:

- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;
- осуществлять деловое общение: иметь представление о принципах подготовки публичных выступлений, совещаний, особенностях электронных коммуникаций;
- эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;
- составлять отчёт о прохождении учебной практики.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками выступлений перед учебной аудиторией.

3. Краткое содержание учебной практики:

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д.И. Менделеева учебная практика является обязательной.

Учебная практика проводится в форме экскурсий, семинаров, консультаций, проводимых руководителем практики или по личной инициативе студентов, которые позволяют студентам ознакомиться со своей будущей профессией и деятельностью фирм, предприятий, организаций.

Во время практики студенты должны получить общие (начальные) представления о системе управления предприятия (организации), видах производимых работ, услуг, товаров, хозяйственных связях предприятия, порядке его взаимодействия с государственными органами, партнерами и социальной средой.

Студенты обеспечиваются доступом к справочно-информационным фондам, библиотечным фондам и методическим фондом РХТУ им. Д.И. Менделеева в разрезе индивидуальных заданий практики, а также литературными и сведениями других источников.

На период прохождения учебной практики каждый студент получает индивидуальное задание. Темы заданий выбираются студентами с учетом их наклонностей и утверждаются преподавателем, ответственным за учебную практику. Содержанием учебных заданий практики могут быть темы, связанные с подготовкой учебно-методических и демонстрационных

материалов кафедры. Контроль и консультации по выполнению индивидуальных заданий осуществляют преподавателем, ответственным за учебную практику.

Рекомендуемыми темами индивидуальных заданий являются:

- Особенности развития предпринимательства (на примере региона, отрасли).
- Особенности взаимодействия организации с заинтересованными сторонами (в том числе, в историческом контексте).
- Организационная структура предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Ресурсы организации.
- Политика стимулирования персонала организации
- Политика управления персонала предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Информация как один из важнейших элементов ресурсной базы предприятия (коммерческой организации, учреждения).
- Менеджер и его функциональные обязанности.
- Функция планирования на предприятии (в организации, учреждении).
- Контроль как одна из функций менеджмента (рассмотреть в рамках любого субъекта хозяйствования).
- Основные экономические показатели деятельности организации.

4. Объем учебной практики

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость практики по учебному плану	**5**	**180**
Аудиторные занятия:	**-**	**-**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**5**	**180**
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики	5	180
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет**
В том числе по семестрам		
4 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**3**	**108**
Аудиторные занятия:	**-**	**-**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**3**	**108**
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики	3	108
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет**
6 семестр	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость в семестре	**2**	**72**
Аудиторные занятия:	**-**	**-**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Самостоятельная работа (СР):	**2**	**108**
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе учебной практики	2	108
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет**

Аннотация рабочей программы производственной практики (Б2.П.1)

1. Цель производственной практики – является подготовка студента к решению профессиональных управленческих задач в организациях любой организационно-правовой формы, а также в органах государственного (муниципального) управления.

Производственная практика студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» является важной составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и проводится на базе предприятий и организаций различных организационно-правовых форм, а также отраслевых, функциональных, территориальных органов исполнительной власти по профилю подготовки студентов Университета.

В соответствии с ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), календарными графиками учебного процесса РХТУ им. Д. И. Менделеева и рабочими программами, производственная практика проходит в 6-м семестре (144 часа, концентрированная) для очной формы обучения и в 8-м семестре (144 часа, концентрированная) для заочной формы обучения. Практика может быть проведена непосредственно в Университете.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10)**.**
- владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям и формирование информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11)**.**

Знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур и принципы их проектирования;
- принципы организации системы управления финансами в организации;
- факторы, влияющие на положение компании на рынке.

Уметь:

- анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности организации;
- организовать связи с деловыми партнерами, используя современные информационные системы;
- составлять отчёт о прохождении производственной практики.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- методами реализации основных управленческих функций;
- методами анализа финансовой отчетности;
- навыками деловых коммуникаций.

3. Краткое содержание производственной практики:

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д.И. Менделеева производственная практика является обязательной.

Основной формой проведения практики является выполнение студентами на рабочих местах программ производственной практики и индивидуальных заданий.

Во время практики студенты должны получить общее представление о системе управления предприятия (организации), видах производимых работ, услуг, товаров, хозяйственных связях предприятия, порядке его взаимодействия с государственными органами, партнерами и социальной средой.

В период прохождения производственной практики студенты:

- приобретают и закрепляют на практике профессиональные знания, организаторские навыки, опыт работы в организациях (предприятиях) разных организационно-правовых форм и государственных органах города Москвы;
- изучают организационную структуру и нормативно-правовую базу деятельности объекта практики;
- исследуют особенности работы менеджеров на различных уровнях руководства организации (предприятия) по месту прохождения практики;
- знакомятся с бизнес-процессами хозяйственной и финансовой деятельности объекта практики;
- изучают алгоритм и методику принятия управленческих решений в организации (предприятии) по месту прохождения практики;
- оставляют отчет по практике.

Практики по направлению 38.03.02 «Менеджмент» проводятся в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Ответственность за создание необходимых условий для проведения производственной практики и выполнения программ и индивидуальных заданий студентами несут руководители организаций, в которых производственная практика проводится. Использование студентов не по назначению и на должностях и работах, не связанных с выполнением программ практики, не допускается.

В зависимости от того, в каких конкретных организациях обучающиеся по программам бакалавриата проходят производственную практику, формирование общего пакета знаний, умений и навыков может проходить на различных стадиях подготовки. Общая сумма знаний, умений, навыков и итоговые компетенции формируются индивидуально; при этом руководители практики следят за последовательным ростом профессиональных компетенций.

4. Объем производственной практики

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**-**	**-**
Самостоятельная работа:	**144**	**144**
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе производственной практики	4	144
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет**

Аннотация рабочей программы преддипломной практики (Б2.П.2)

1. Цель преддипломной практики – применение студентами полученных в университете знаний, умений в реальных условиях действующей организации и совершенствование на этой основе первичных практических навыков, компетенции. В период преддипломной практики происходит апробация в реальных условиях полученных знаний по дисциплинам основной профессиональной образовательной программы по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,

профиль – «Маркетинг»; приобретение профессиональных навыков управления организацией и сбор первичных материалов для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-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 (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).
- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением 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);

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);

- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Знать:

- сущность, функции, принципы процесса управления различного уровня в организации;
- методы мониторинга и анализа внешней и внутренней среды организации, оценки факторов, влияющих на результаты ее деятельности, подходы к разработке и реализации стратегии и программ развития;
- основы реинжиниринга бизнес-процессов, реструктуризации системы управления;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности применения методов оценки стоимости бизнеса, инвестиционных проектов;
- нормативные и правовые документы, практику их применения в управленческой деятельности.

Уметь:

- осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку;
- проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления организацией планировать, организовывать деятельность сотрудников, распределять и делегировать полномочия, контролировать реализацию управленческих решений;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;
- находить организационно-управленческие решения проблем развития организаций;
- оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций.

В зависимости от того, в каких конкретных организациях обучающиеся по программам бакалавриата проходят преддипломную практику, формирование общего пакета знаний, умений и навыков может проходить на различных стадиях подготовки. Общая сумма знаний, умений, навыков и итоговые компетенции формируются индивидуально; при этом руководители практики следят за последовательным ростом профессиональных компетенций.

3. Краткое содержание преддипломной практики:

В соответствии с действующим ФГОС ВО для направления подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент и учебными планами РХТУ им. Д. И. Менделеева преддипломная практика является обязательной.

На период прохождения преддипломной практики каждый студент получает индивидуальное задание. Темы заданий выбираются студентами с учетом их наклонностей и утверждаются преподавателем, ответственным за практику. Контроль и консультации по выполнению индивидуальных заданий осуществляют преподавателем, ответственным за практику.

По окончании практики каждый студент защищает отчет о ее прохождении. По результатам защиты отчета преподавателем-руководителем практики выставляется соответствующая оценка (зачет с оценкой).

Каждый студент заранее, либо самостоятельно находит базовую организацию – место прохождения практики, и согласовывает ее с выпускающей кафедрой и факультетом, либо получает направление на прохождение практики на выпускающей кафедре. Отношения с организацией – местом практики регламентируются типовым договором, форма которого разработана и утверждена руководством Университета. Подписание обеими сторонами один экземпляр договора передается студентом на выпускающую кафедру, другой остается у базовой организации.

Выпускающая кафедра факультета менеджмента назначает руководителей практики, являющихся одновременно научными руководителями ВКР, которые выдают индивидуальные задания на практику с учетом особенностей деятельности базовой организации и консультируют закрепленных студентов в процессе прохождения практики и подготовки отчета.

В процессе прохождения практики студенты выполняют полученные задания, включая сбор и обобщение материала для выполнения ВКР. Организационные и методические вопросы решаются на общем собрании, которое проводится кафедрой до начала практики, а также на встречах (консультациях) с закрепленными руководителями.

4. Объем преддипломной практики

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**9**	**324**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**-**	**-**
Самостоятельная работа:	**9**	**324**
Индивидуальное задание	9	72
Самостоятельное освоение знаний, умений и навыков по программе преддипломной практики		252
Вид контроля: зачет/экзамен		**Зачет**

Аннотация рабочей программы государственной итоговой аттестации (Б3)

1. Цель государственной итоговой аттестации – объективная оценка уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника университета, его готовности к выполнению профессиональных задач.

Задачи государственной итоговой аттестации – установление соответствия содержания, уровня и качества подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО; мотивация выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков путем продолжения познавательной деятельности в сфере практического применения знаний и компетенций.

2. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-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 (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).
- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением 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);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области

функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Завершающим этапом обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профилю «Маркетинг» является защита выпускной квалификационной работы бакалавра.

В результате прохождения государственной итоговой аттестации (выполнения выпускной квалификационной работы) студент должен:

Знать:

- знать понимать и решать профессиональные задачи организационно-управленческого и информационно-аналитического характера в области производственного менеджмента;
- основные требования к представлению результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

Уметь:

- самостоятельно выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость проблемы, проводить

экспериментальные исследования, анализировать и интерпретировать полученные результаты;
- осуществлять поиск, обработку и анализ информации по теме выполняемой работы, в том числе с применением современных технологий;
- использовать современные методы принятия решений в управлении деятельностью организаций для решения профессиональных задач;

Владеть:

- методологией и методикой проведения научных исследований; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
- владеть приёмами стратегического, количественного и качественного анализа базовой информации для решения производственных и управленческих задач в сфере профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация обучающихся в форме защиты выпускной квалификационной работы проводится государственной экзаменационной комиссией (ГЭК).

Защита выпускной квалификационной работы является обязательной процедурой итоговой государственной аттестации студентов высших учебных заведений, завершающих обучение по направлению подготовки бакалавриата. Она проводится публично на открытом заседании ГЭК согласно утвержденному деканатом графику, на котором могут присутствовать все желающие.

Материалы, представляемые к защите:

- выпускная квалификационная работа (пояснительная записка);
- задание на выполнение ВКР;
- отзыв руководителя ВКР;
- рецензия на ВКР;
- презентация (раздаточный материал), подписанная руководителем;
- доклад.

В задачи ГЭК входят выявление подготовленности студента к профессиональной деятельности и принятие решения о возможности присвоения ему квалификации «бакалавр».

Решение о присуждении выпускнику квалификации «бакалавр» принимается на заседании ГЭК простым большинством при открытом голосовании членов комиссии на основании результатов итоговых испытаний. Результаты определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры защиты.

4. Объем государственной итоговой аттестации.

Государственная итоговая аттестация проходит в 8 семестре на базе знаний, полученных студентами при изучении дисциплин направления 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

Контроль знаний обучающихся, полученных при освоении основной образовательной программы, осуществляется в форме защиты выпускной квалификационной работы и присвоения квалификации «бакалавр».

Очная и заочная формы обучения

Виды учебной работы	В зачетных единицах	В академ. часах
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**6**	**216**
Самостоятельная работа (СР):	**6**	**216**
Выполнение, написание и оформление ВКР	6	216
Вид контроля: защита ВКР		**защита ВКР**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Гражданская защита в чрезвычайных ситуациях» (ФТД.1)

1. Цель дисциплины - подготовить студента к осмысленным практическим действиям по обеспечению своей безопасности и защиты в условиях возникновения чрезвычайной ситуации природного, техногенного и военного характера.

Задача изучения сводится к формированию умений и навыков, позволяющих на основе изучения опасных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и военного характера, других опасностей умело решать вопросы своей безопасности с использованием средств системы гражданской защиты.

2. В результате освоения дисциплины студент должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

Знать:

- характеристики природных бедствий, техногенных аварий и катастроф на радиационно, химически и биологически опасных объектах, поражающие факторы других опасностей;
- основы воздействия опасных факторов чрезвычайных ситуаций на человека и природную среду, допустимые предельные критерии негативного воздействия;
- меры безопасного поведения при пребывании в районах (зонах) пожаров, радиоактивного, химического и биологического загрязнения;
- способы и средства защиты человека от воздействия поражающих факторов чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и военного характера.

Уметь:

- использовать средства защиты органов дыхания и кожи, медицинские для самозащиты и оказания помощи другим людям;
- применять первичные средства пожаротушения для локализации и тушения пожара, возникшего в аудитории (лаборатории);
- оказывать себе и другим пострадавшим медицинскую помощь с использованием табельных и подручных медицинских средств.

Владеть:

- приёмами проведения частичной санитарной обработки при выходе из района (зоны) радиоактивного, химического и биологического загрязнения (заражения);
- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях.

3. Краткое содержание дисциплины.

1. Опасности природного характера. Стихийные бедствия, явления природы разрушительной силы - землетрясения, наводнения, селевые потоки, оползни, снежные заносы, извержение вулканов, обвалы, засухи, ураганы, бури, пожары.

2. Опасности техногенного характера. Аварии и катастрофы на радиационно опасном объекте, химически опасном объекте, биологически опасном объекте; на транспорте (железнодорожном, автомобильном, речном, авиационном); на гидросооружениях; на коммунальных системах жизнеобеспечения.

3. Опасности военного характера. Применение оружия массового поражения (ядерного, химического, биологического), обычных средств с зажигательным наполнением, новых видов оружия. Зоны заражения от средств поражения и их воздействие на население и окружающую природную среду.

4. Пожарная безопасность – состояние защищенности населения, имущества, общества и государства от пожаров. Пожарная опасность (причины возникновения пожаров в зданиях, лесные пожары). Локализация и тушение пожаров. Простейшие технические средства пожаротушения (огнетушители ОП -8, ОУ-2) и правила пользования ими.

5. Комплекс мероприятий гражданской защиты населения.

Оповещение и информирование населения об опасности. Принятие населением сигналов оповещения («Внимание всем!», «Воздушная тревога», «Радиационная опасность», «Химическая тревога», «Отбой опасности») и порядок действия по ним. Эвакуация населения из зоны опасности. Способы эвакуации Экстренная эвакуация студентов из аудитории при возникновении пожара.

Средства индивидуальной защиты органов дыхания (ГП-7, ГП-7В, ГП-9, Р-2, У-2К, РПА-1, РПГ-67М, РУ-60М, «Феникс», ГДЗК, ДПГ, ДПГ-3, ПЗУ-К, ИП-4М, ИП-5, ИП-6, КИП-8), кожи (Л-1, ОЗК, КИХ-4М, КИХ-5М) человека. Медицинские средства защиты.

Средства коллективной защиты населения. Назначение, защитные свойства убежищ. Противорадиационные укрытия (ПРУ, подземные пешеходные переходы, заглубленные станции метрополитена), простейшие укрытия (траншеи, окопы, перекрытые щели). Правила занятия убежища.

6. Оказание первой медицинской помощи при ожогах, ранениях, заражениях. Проведение частичной санитарной обработки кожных покровов человека при выходе из зон радиоактивного, химического и биологического заражения (загрязнения), из зон пожаров.

7. Ликвидация последствий чрезвычайной ситуации. Радиационная и химическая разведка очага поражения (заражения). Аварийно-спасательные работы. Специальная обработка техники, местности, объектов (дезактивация, дегазация, дезинфекция, дезинсекция

8. Экстренная эвакуация из аудитории (лаборатории) в условиях пожара, радиационного, химического, биологического загрязнения территории с использованием простейших средств защиты («Феникс», ГДЗК, противогаза ГП-7 с ДПГ-3).

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**1**	**36**
Контактная работа – аудиторные занятия:	**0,06**	**2**
Лекции	0,06	2
Практические занятия	-	-
Самостоятельная работа:	**0,83**	**30**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,83	30
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Перевод научно-технической литературы» (ФТД.2)

1. Цель дисциплины – приобретение обучающимися общей, коммуникативной и профессиональной компетенций, уровень которых на отдельных этапах языковой подготовки позволяет выполнять различные виды профессионально ориентированного перевода в производственной и научной деятельности.

2. В результате изучения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен:

Обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4).

Знать:

- основные способы достижения эквивалентности в переводе;
- основные приемы перевода;
- языковую норму и основные функции языка как системы;
- достаточное для выполнения перевода количество лексических единиц, фразеологизмов, в том числе социальных терминов и лингвострановедческих реалий.

Уметь:

- применять основные приемы перевода;
- осуществлять письменный перевод с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм;
- оформлять текст перевода в компьютерном текстовом редакторе;
- осуществлять перевод с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм текста перевода и темпоральных характеристик исходного текста.

Владеть:

- методикой предпереводческого анализа текста, способствующей точному восприятию исходного высказывания;
- методикой подготовки к выполнению перевода, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях;
- основами системы сокращенной переводческой записи при выполнении перевода;
- основной иноязычной терминологией специальности,
- основами реферирования и аннотирования литературы по специальности.

3. Краткое содержание дисциплины:

Введение. Предмет и роль перевода в современном обществе. Различные виды перевода. Задачи и место курса в подготовке бакалавра техники и технологии.

Модуль 1.

1.1. Сравнение порядка слов в английском и русском предложениях. Перевод простого повествовательного предложения настоящего, будущего и прошедшего времени.

Особенности перевода вопросительных и отрицательных предложений в различных временах.

1.2 Перевод предложений во временах Indefinite, Continuous. Чтение и перевод по теме «Химия».

Модуль 2.

2.1. Перевод предложений во временах групп Perfect, Perfect Continuous (утвердительные, вопросительные и отрицательные формы). Особенности употребления вспомогательных глаголов.

2.2 Перевод страдательного залога. Трудные случаи перевода страдательного залога.

Чтение и перевод текстов по теме «Наука и научные методы». Активизация лексики прочитанных текстов.

2.3. Перевод придаточных предложений.

Придаточные подлежащие.

Придаточные сказуемые.

Придаточные определительные.

Придаточные обстоятельственные, придаточные дополнительные.

2.4. Типы условных предложений, правила и особенности их перевода.

Практика перевода на примерах текстов о химии, Д.И. Менделееве, науке и технологии.

2.5. Перевод предложений с учетом правила согласования времен. Прямая и косвенная речь.

2.6. Различные варианты перевода существительного в предложении.

2.7. Модальные глаголы и особенности их перевода.

Развитие навыков перевода по теме «Наука завтрашнего дня».

2.8. Специальная терминология по теме «Лаборатория».

2.9. Сокращения. Особенности их перевода. Развитие навыков перевода на примере текстов по теме «Лаборатория, измерения в химии».

Модуль 3.

3.1. Неличные формы глагола.

Инфинитив (неопределенная форма глагола). Роль инфинитива в предложении и варианты перевода на русский язык. Причастия и герундий.

3.2. Инфинитивные обороты.

Оборот дополнение с инфинитивом. Варианты перевода на русский язык. Терминология по теме «Современные технологии».

3.3. Оборот подлежащее с инфинитивом. Различные варианты перевода.

Терминология по теме «Химическая технология».

3.4. Перевод причастных оборотов.

Абсолютный причастный Оборот и варианты перевода.

Развитие навыков перевода по теме «Химическая технология».

4. Объем учебной дисциплины

Виды учебной работы	**Всего**	
	Зач. ед.	Ак. час.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**4**	**144**
Аудиторные занятия:	**0,28**	**10**
Лекции (Лек)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,28	10
Самостоятельная работа (СР):	**3,61**	**130**
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,61	130
Вид контроля: зачет/экзамен	**0,11**	**Зачет (4)**