



**УТВЕРЖДАЮ:**

**Директор института, профессор**

**Глаз В.Н.**

**"16" июня 2021 г.**

**Аннотации к рабочим программам дисциплин и программам практик учебного плана направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) Стратегический маркетинг**

<b>Индекс</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Аннотации</b>
<b>Б1.00</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>	
<b>Б1.О.00</b>	<b>Обязательная часть</b>	
Б1.О.01	Философия и методология науки	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение общих закономерностей и конкретного многообразия форм функционирования науки в истории человеческой культуры и в системе философского знания, понимание специфики взаимосвязи и взаимодействия с естественными, социогуманитарными и техническими науками. Главным в достижении этой цели является освоение проблемного поля научного знания на «стыке» философии и конкретно-научных и технических дисциплин.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули). Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p><b>Содержание</b> 1. Предмет и методы научного познания (методы поиска информации и критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода). 2. Наука в контексте современной цивилизации (основные философские проблемы естествознания и гуманитарных наук) 2. Сциентизм и антисциентизм. 3. Наука и паранаука (уровни и методы научного познания, методы поиска информации из различных источников, навыки распознавания взаимоотношения научного и вненаучного знания). 4. Этические проблемы современной науки.</p> <p>, 1. Наука и духовная культура (главные характеристики современного этапа развития науки как элемента культуры) 2. Функции науки в жизни общества. основания науки, роль философских идей и принципов в развитии научного знания 2. Основания науки. (роль философских идей и принципов в развитии научного знания). 3. Наука как тип рациональности. Историческая смена типов научной рациональности. 4. Традиционалистский и технократический типы развития цивилизации и их базисные ценности.</p>

5. Генезис и становление теоретического знания в античной культуре.
  6. Формирование предпосылок научного мышления в средневековых университетах.
  7. Становление опытной науки в культуре позднего Средневековья и Возрождения.
  8. Научная революция XVI-XVII веков: формирование основ математического естествознания.
  9. Рационализм и эмпиризм как основные философско-методологические программы в науке Нового времени.
  10. Классическая наука XVIII-XIX веков.
  11. Позитивистская традиция в философии науки (классический позитивизм и эмпириокритицизм).
  12. Логический позитивизм.
  13. Критический рационализм Карла Поппера.
  14. Постпозитивизм. Научные, методологические и философские истоки постпозитивизма.
  15. Проблема включения новых теоретических представлений в культуру.
1. Главные характеристики современного этапа развития науки (Философия и методология науки, уровни и методы научного познания; основные философские проблемы естествознания и гуманитарных наук)
  2. Научные революции как «точки бифуркации» в развитии знания.
  3. Наука в контексте современной цивилизации (основные философские проблемы естествознания и гуманитарных наук в контексте современной цивилизации))
  4. Сциентизм и антисциентизм.
  5. Наука и паранаука.
  6. Этические проблемы современной науки.
  7. Кризис идеала ценностно-нейтрального научного исследования.
1. Естествознание в системе культуры ( уровни и методы научного познания; основные философские проблемы естествознания).
  2. Эволюция научной картины мира и ее исторические формы.
  3. Естествознание и математика. Онтологические и гносеологические основания математизации знания.
  4. Математизация знания в астрономии и механике.
  5. Значение математической «идеи инвариантности» в физике.
  6. Проблема интеграции естественнонаучного и гуманитарного знания и социальная синергетика.
  7. Самоорганизация как взаимоотношение порядка и хаоса.
1. Что есть «жизнь» с точки зрения системного подхода и критического анализа в философии (Методы поиска информации из разных источников, методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода).
  2. Витализм и механицизм
  3. Развитие взглядов на проблему жизни, методы поиска информации из различных источников.
  4. Эволюционный подход к пониманию жизни и ее происхождения.
  5. Концепция множественности основных форм бытия живого в универсальной картине мира.
1. Специфика социально-гуманитарного познания на основе междисциплинарного и системного подходов ( Приемы и средства устранения пробелов в информации о проблемах человека и общества, необходимой для решения поставленных задач).
  2. Проблема генезиса социально-гуманитарного знания и его дисциплинарная структура для решения поставленных задач.
  3. Роль философии в формировании и развитии социально-гуманитарного знания для выработки стратегии действий.
  4. Природа ценностей и их роль в социально-гуманитарном познании (ценность, норма, идеал) для разработки и аргументации решения проблемной ситуации в контексте современной науки.
  5. Специфика субъектно-объектных отношений и особенности методологии социально-гуманитарного познания с точки зрения системного подхода.
  6. Понятие факта в социально-гуманитарном знании для аргументации решения проблемной ситуации.
  7. Роль языка в развитии социального и гуманитарного знания .

		<p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
Б1.О.02	Стратегическое управление	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося профессиональных компетенций необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач в области осуществления стратегического управления, проведения стратегического анализа, формирования стратегии, обеспечения ее реализации посредством освоения знаний, умений и навыков.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль и значение стратегического управления в практике работы современных компаний.</li> <li>2. Система стратегического управления: назначение, задачи, основные элементы.</li> <li>3. Объекты стратегического управления.</li> <li>4. Компоненты системы стратегического управления организацией.</li> <li>5. Порядок разработки и проектирования системы стратегического управления., 1. Принципы стратегического управления. <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Реализация функций стратегического управления.</li> <li>3. Методы стратегического управления., 1. Анализ внешней среды косвенного воздействия: социальные, экономические, политические, международные, технологические факторы.</li> <li>2. Анализ внешней среды прямого воздействия: потребители, поставщики, конкуренты.</li> <li>3. Цели, принципы и методы управленческого анализа внутренней среды организации. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения.</li> <li>4. Стратегический потенциал организации.</li> <li>5. Ситуационный анализ. SWOT - анализ., 1. Процесс стратегического планирования. <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Принципы стратегического планирования.</li> <li>3. Методы стратегического планирования., 1. Теоретические подходы к содержанию стратегии как основного инструмента управления и развития компании. <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Форматы и виды стратегий развития действующих предприятий.</li> <li>3. Алгоритм разработки стратегии.</li> <li>4. Реализация стратегии компании., 1. Процесс внедрения стратегии и основные функции менеджеров. <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Сетевые и проектные структуры.</li> <li>3. Разработка стратегических бюджетов., 1. Оценка и контроль – важные этапы в процессе стратегического управления. <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Направления определения эффективности стратегического управления организацией.</li> <li>3. Оценка эффективности стратегии организации.</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
Б1.О.03	Управление инновационным	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b></p>

<p>проектом</p>	<p>формирование у обучающегося профессиональных компетенций посредством освоения знаний, умений и навыков в области управления инновационными проектами, овладение ключевыми этапами процесса реализации инновационных проектов</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули). Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления; ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций; УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика новшества (новации) и нововведения (инновации). Особенность инноваций как объекта управления</li> <li>2. Понятия инновации, инновационной деятельности и инновационного продукта</li> <li>3. Цели, виды инноваций и их классификации. Программы инновационного развития и изменений</li> <li>4. Инновационным процесс и его жизненный цикл</li> <li>5. Методы организации инновационного процесса, 1. Сущность инновационной политики</li> <li>2. Цели, задачи, принципы и функции инновационной политики государства</li> <li>3. Государственное регулирование поддержка инновационных процессов</li> <li>4. Методы государственного регулирования инновационной деятельности</li> <li>5. Российское законодательство об инновационной деятельности             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Источники инновационных идей и методы их анализа</li> <li>2. Инновационный проект как процесс преобразования, вид деятельности, сфера бизнеса</li> <li>3. Классификация видов инновационный проектов</li> <li>4. Жизненный цикл и фазы инновационного проекта</li> <li>5. Участники и окружение инновационного проекта</li> <li>6. Модели управления инновационным проектом, 1. Определение проблемы и цели инновационного проекта</li> <li>2. Предварительный проработка целей и задач инновационного проекта</li> <li>3. Реализация замысла инвестора в форме Декларации о намерениях</li> <li>4. Разработка плана, этапов и сроков работы по инновационному проекту</li> <li>5. Разработка корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений</li> <li>6. Документирование плана проекта, 1. Сущность организационной структуры управления инновационными процессами. Разновидности структур управления инновациями на предприятии</li> <li>2. Принципы построения организационной структуры управления инновационным проектом</li> <li>3. Последовательность разработки и создания организационной структуры управления инновационным проектом</li> <li>4. Организации, занимающиеся инновационной деятельностью, 1. Мониторинг и контроль хода осуществления инновационного проекта</li> <li>2. Методы контроля исполнения инновационного проекта</li> <li>3. Осуществление корректирующих воздействий в процессе реализации инновационного проекта</li> <li>4. Ведение переговоров и разрешение конфликтов при реализации инновационного проекта</li> <li>5. Завершение инновационного проекта, 1. Понятие команды проекта и её основные характеристики.</li> <li>2. Подбор членов команды, распределение ролей и функциональных обязанностей.</li> <li>3. Психологическая подготовка персонала реализации инновационного проекта.</li> </ol> </li> </ol>
-----------------	---

		<p>4. Развитие командного взаимодействия в инновационном проекте.  5. Формирование синергетического эффекта в команде инновационного проекта.  6. Управление конфликтами и мотивация как фактор-развития команды инновационного проекта., 1. Инвестиции предприятия в процессе создания инноваций</p> <p>2. Методы коммерческого финансирования инновационных проектов  3. Оценка стоимости и бюджетирование инновационного проекта  4. Организация проектного финансирования инновационного проекта, 1. Основные составляющие маркетинга инновационного проекта</p> <p>2. Управление маркетингом в рамках управления инновационным проектом  3. Разработка нового продукта и процесс создания нового товара, в рамках программы организационного развития и изменений  4. Формирование цен на инновационную продукцию</p> <p>, 1. Риск и неопределенность в управлении реализацией инновационного проекта  2. Методы анализа и прогнозирования рисков неопределенности  3. Организация работ по управлению рисками инновационного проекта  4. Методы защиты от риска в инновационном проекте, 1. Задачи, методы и принципы проведения экспертизы инновационного проекта</p> <p>2. Методы оценки эффективности инновационного проекта  3. Оценка экономической эффективности инновационного проекта  4. Бюджетная эффективность и социальные последствия реализации инновационного проекта</p> <p><b>Форма контроля</b>  Зачет с оценкой</p>
Б1.О.04	Командная работа и лидерство	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b>  формирование у обучающегося компетенции, необходимой для успешного решения организационно-управленческих задач в области командной работы, посредством освоения знаний, умений и навыков организации и руководства работой команд различных видов, использования функционального подхода к процессу выработки командной стратегии, а также применения различных стилей руководства и лидерства</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b>  Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b>  ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;,  УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p> <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Определение потребности в командной работе  2. Характеристика уровней командообразований  3. Преимущества и недостатки работы в командах, 1. Интерпретация характеристик и особенностей разных типов команд</p> <p>2. Критериальный подход к классификации команд  , 1. Генерация командных целей и стратегий в процессе командной работы  2. Архитектура командной работы и организационные взаимоотношения в команде</p>

		<p>3. Мотивация и стимулирование участников команд</p> <p>4. Обучение и развитие команд как основа эффективности их функционирования</p> <p>, 1. Общие представления о лидерстве</p> <p>2. Власть как основа лидерства</p> <p>3. Ключевые элементы лидерства и типология лидеров</p> <p>, 1. Основные концепции лидерства</p> <p>2. Подход к лидерству с позиции личностных качеств</p> <p>3. Поведенческий подход к лидерству</p> <p>4. Ситуационный подход к лидерству</p> <p>, 1. Стили лидерства и руководства</p> <p>2. Эмоциональный интеллект руководителя</p> <p>3. Этические принципы лидерства</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
Б1.О.05	Деловой иностранный язык	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование и развитие у обучающихся общекультурной компетенции, позволяющей свободно использовать иностранный язык для осуществления делового профессионального общения на иностранном языке.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули). Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p><b>Содержание</b> , Тема 1. Телефонные переговоры Аудирование/ Говорение: знает, как воспринимать, понимать и воспроизводить официально-деловой стиль при проведении деловых встреч и переговоров в устной форме на иностранном(ых) языке(ах) Чтение: знает особенности официально-делового стиля письменной речи для восприятия деловой информации на иностранном(ых) языке(ах) Письмо: знает, как использовать официально-деловой стиль при ведении деловой корреспонденции в письменной форме на иностранном(ых) языке(ах) с использованием современных коммуникативных технологий. Лексика по теме: English for telephoning, basic skills for using telephone in business, preparing for a call, taking and learning messages, asking for and giving repetition, making arrangements, changing arrangements, making international calls, problem solving on the phone Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения , Тема 2. Деловые переговоры Аудирование: умеет воспринимать и понимать деловую информацию в учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной сферах общения. Чтение: умеет читать и понимать тексты учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной направленности. Говорение: умеет обмениваться деловой информацией при установлении деловых контактов с зарубежными партнерами посредством вербальных и невербальных средств взаимодействия при осуществлении устного речевого общения в</p>

учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной сферах общения.

Письмо: умеет обмениваться деловой информацией с зарубежными партнерами при осуществлении письменного речевого общения с использованием современных коммуникативных технологий.

Лексика по теме: negotiations, types of negotiations, preparing for negotiations, bargaining, international deal, conclusion

Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения,

Тема 3. Посещение фирмы/компании

Аудирование/ Говорение: знает, как воспринимать, понимать и воспроизводить основные стратегии коммуникативного поведения в ситуациях международного профессионального общения для решения различных коммуникативных задач на иностранном(ых) языке(ах) в соответствии с основными принципами этики делового общения.

Чтение: знает основные требования к оформлению документации и восприятия информации на иностранном(ых) языке(ах) при академическом и профессиональном взаимодействии.

Письмо: знает, как использовать в письменной речи изученные требования к оформлению документации на иностранном(ых) языке(ах) в соответствии с основными принципами этики делового общения при осуществлении академического и профессионального взаимодействия.

Лексические разделы: Прибытие в компанию. Знакомство с персоналом компании. Организация деятельности компании. Стратегия компании. Финансы и компания.

Лексика по теме: Visiting a firm, arriving at the firm, getting to know the company in general, company organization, performance and strategy, finance and a company, working for the company

Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения,

Тема 4. Контракт

Аудирование: умеет воспринимать и понимать информацию на иностранном(ых) языке(ах) при осуществлении академического и профессионального взаимодействия.

Чтение: умеет понимать тексты на иностранном(ых) языке(ах) учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной тематики.

Говорение: умеет вести профессиональную дискуссию, аргументированно и конструктивно представлять свои позиции и идеи при осуществлении академического и профессионального взаимодействия на иностранном(ых) языке(ах).

Письмо: умеет осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие на основе принципов построения письменного высказывания на иностранном(ых) языке(ах) с соблюдением норм речевого этикета.

Лексические разделы: Контракт. Структура контракта. Условия контракта. Условия поставки и условия платежа. Рекламации. Арбитраж

Лексика по теме: Contract, terms of a contract, terms on delivery, terms of payment, claims.

Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения,

Тема 5. Деловые встречи

Аудирование: умеет воспринимать и понимать деловую информацию в учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной сферах общения.

Чтение: умеет читать и понимать тексты учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной направленности.

Говорение: умеет обмениваться деловой информацией при установлении деловых контактов с зарубежными партнерами посредством вербальных и невербальных средств взаимодействия при осуществлении устного речевого общения в учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной сферах общения.

Письмо: умеет обмениваться деловой информацией с зарубежными партнерами при осуществлении письменного речевого общения с использованием современных коммуникативных технологий.

Лексические разделы: Планирование деловой встречи. Встреча партнёров по бизнесу. Социализация. Собрание в компании. Выбор председателя. Ведение собрания. Дискуссия. Структура принятия решения. Окончание собрания..

Лексика по теме: Meetings, planning and getting started the meeting, chairing a meeting, the structure of decision making, asking for opinions, handing interruptions, ending the meeting.

Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения

, Тема 6. Деловая корреспонденция  
Аудирование: владеет навыками аудирования иноязычных публичных выступлений, телефонных переговоров, деловых бесед профессиональной направленности.  
Чтение: владеет официально-деловым стилем речи для работы с иноязычными текстами профессиональной направленности.  
Говорение: владеет официально-деловым стилем речи для осуществления эффективной коммуникации - деловой беседы, телефонных переговоров, публичных выступлений, переговоров с зарубежными партнерами в устной форме при академическом и профессиональном взаимодействии.  
Письмо: владеет навыками работы с документами, иноязычными текстами для осуществления деловой коммуникации с зарубежными партнерами в письменной форме при академическом и профессиональном взаимодействии.  
Лексика по теме: Business correspondence, layout of business letters and style, golden rules for writing letters, sample of offer, reply to offer, sample of order, confirmation or rejection of orders, inquiry letters, replies to inquiries, complaint, sample of answer to complaint, advertising letters.  
Тема предполагает способность свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового общения,  
Тема 7. Структура научного знания  
Аудирование/ Говорение: знает, как воспринимать, понимать и воспроизводить основные стратегии коммуникативного поведения в ситуациях международного профессионального общения для решения различных коммуникативных задач на иностранном(ых) языке(ах) в соответствии с основными принципами этики делового общения.  
Чтение: знает основные требования к оформлению документации и восприятия информации на иностранном(ых) языке(ах) при академическом и профессиональном взаимодействии.  
Письмо: знает, как использовать в письменной речи изученные требования к оформлению документации на иностранном(ых) языке(ах) в соответствии с основными принципами этики делового общения при осуществлении академического и профессионального взаимодействия.  
Лексические разделы: Объект и предмет научного исследования. Обоснование актуальности научного исследования. Обоснование значимости научного исследования. Принципы работы с научной литературой.  
Лексика по теме: scientific knowledge, theme, object. contents, literature, Тема 8. Реферирование иностранной специальной и научной литературы  
Аудирование: умеет воспринимать и понимать информацию на иностранном(ых) языке(ах) при осуществлении академического и профессионального взаимодействия.  
Чтение: умеет понимать тексты на иностранном(ых) языке(ах) учебно-познавательной, социально-культурной и профессиональной тематики.  
Говорение: умеет вести профессиональную дискуссию, аргументированно и конструктивно представлять свои позиции и идеи при осуществлении академического и профессионального взаимодействия на иностранном(ых) языке(ах).  
Письмо: умеет осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие на основе принципов построения письменного высказывания на иностранном(ых) языке(ах) с соблюдением норм речевого этикета.  
Лексические разделы: Реферирование. Алгоритм реферирования. Цель реферата. Виды рефератов. Требования, предъявляемые к реферату. Структура реферата. Процесс выполнения реферата. Речевые клише, используемые для краткого изложения прочитанного научного текста и реферирования.  
Лексика по теме: Summary: requirements, Тема 9. Аннотирование иностранной специальной и научной литературы  
Аудирование: владеет навыками восприятия результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.  
Чтение: владеет навыками работы с текстами на иностранном(ых) языке(ах), содержащими результаты академической и профессиональной деятельности.  
Говорение: владеет навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.  
Письмо: владеет навыками представления в письменной форме результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.



		<p>Лексические разделы: Аннотирование. Алгоритм аннотирования. Виды аннотаций: описательные и реферативные. Речевые клише, используемые для краткого изложения прочитанного научного текста. Лексика по теме: Abstract/annotation: requirements</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
<p>Б1.О.06</p>	<p>Технологии деловых и межкультурных коммуникаций</p>	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение универсальных компетенций, необходимых для формирования умений и навыков применения современных коммуникативных технологий, организации эффективного академического и профессионального взаимодействия, формирования культуры делового общения и навыков межкультурной коммуникации.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули). Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;; УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия, УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Содержание</b> Понятийный аппарат курса. Общение как коммуникативная деятельность. Виды и типы общения. Основные формы делового общения сотрудников. Подготовка и проведение процесса коммуникации. Современные коммуникативные технологии: Элементы коммуникации. Качества эффективной коммуникации в академическом и профессиональном взаимодействии. Эффективный коммуникатор. Принципы эффективной коммуникации. Структура сообщения. Выбор способа коммуникации. Стиль и тон общения. Обратная связь и барьеры общения, Основные понятия: язык, речь. Официально-деловой стиль речи. Эффективная устная коммуникация. Выступление. Основные правила работы с вопросами и ответами. Письменная форма коммуникации и деловая переписка. Взаимодействие со средствами массовой информации. Невербальные аспекты делового общения., Культура общения и деловая культура. Деловая этика и деловой этикет. Принципы деловой этики. Этические императивы Гудпастера. Этический кодекс. Основные принципы этики и характер делового общения. Этический менеджмент в организации. Академический речевой этикет. Деловая беседа. Деловые собрания и совещания. Деловые переговоры. Культура электронной коммуникации., Культура и коммуникация. Национальная, профессиональная и организационная (корпоративная) культура. Компоненты культуры. Разнообразие культур. Межкультурная коммуникация: понятие, цели, значение, уровни, формы, тенденции. Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере. Социокультурная идентичность. Межкультурная компетенция как часть профессиональной компетенции. Составляющие межкультурной компетенции: языковая, коммуникативная и культурная компетенции. Этнокультурные особенности невербального поведения. Символика. , Моноактивные, полиактивные и реактивные культуры. Измерения культуры: дистанция власти, индивидуализм – коллективизм, мужское – женское начало, избегание неопределенности, долгосрочная ориентация. Культуры высокого контекста и низкого контекста. Полихрония и монохрония. Мультикультурализм в современном мире. Технологии межкультурного взаимодействия. Типы межкультурного взаимодействия. Межкультурная и межэтническая толерантность. Роль СМИ в развитии межкультурных коммуникаций.</p>

		<b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой
Б1.О.07	Организация научных исследований в профессиональной деятельности	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b>  формирование у обучающихся профессиональных компетенций посредством освоения знаний о законах, принципах, понятиях, терминологии, содержании, специфических умений и навыков организации и управления научными исследованиями, ведения научно-исследовательской работы в области экономики. Формирование у обучающихся способности проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой, готовности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности, способности обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, способность представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b>  Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b>  ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наука как форма познания мира.</li> <li>2. Функции науки как социального института.</li> <li>3. Классификация наук.</li> <li>4. Организация научной деятельности в России., 1. Научное познание и его особенности.</li> <li>2. Виды научно-исследовательских работ.</li> <li>3. Принципы организации проведения научных исследований.</li> <li>4. Методы научных исследований., 1. Проблема, предмет и объект исследования, цели и задачи исследования.</li> <li>2. Выбор темы исследования и планирование НИР.</li> <li>3. Организация труда исследователя.</li> <li>4. Сбор и обработка научной информации.</li> <li>5. Изучение литературы и составление литературного обзора.</li> <li>6. Оценка результативности НИР., 1. Виды научных публикаций и особенности их подготовки.</li> <li>3. Требования к оформлению научных статей, магистерских диссертаций.</li> <li>4. Способы и правила написания текстов. Язык и стиль изложения.</li> <li>5. Правила оформления таблиц. Графический способ изложения иллюстративного материала.</li> <li>6. Правила оформления списка использованных источников.</li> <li>7. Оформление ссылок в научно-исследовательской работе. , 1. Общенаучные и формально-логические методы исследований.</li> <li>2. Использование экономико-математических методов и моделей в прикладных научных исследованиях.</li> <li>3. Использование статистических методов в научных исследованиях.</li> <li>4. Экспертные методы исследования., 1. Композиция научного произведения. Рубрикация текста научной работы.</li> <li>2. Повествовательные и описательные тексты. Процедуры разбивки материалов на главы и параграфы.</li> <li>3. Приемы изложения научных материалов. Строго последовательное изложение материала. Выборочное изложение научного материала.</li> </ol>

		<p>4. Язык и стиль научной работы. Фразеология научной прозы.</p> <p>5. Особенности процедур выполнения курсового и дипломного проектирования, подготовки, оформления, защиты квалификационной, дипломной работ и диссертаций.</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.О.08	Персональный менеджмент	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося универсальной компетенции посредством освоения знаний, умений и навыков в области персонального менеджмента</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Становление и развитие теории персонального менеджмента.</li> <li>2. Общая модель качеств современного менеджера.</li> <li>3. Управленческая деятельность и труд руководителя: содержание и особенности.</li> <li>4. Техника работы менеджера. , 1. Время как важнейший ресурс. Планирование и распределение рабочего времени.</li> <li>2. График работоспособности и его применение. Значение биоритмов в повышении результативности труда.</li> <li>3. Анализ использования времени, определение степени эффективности затрат времени.</li> <li>4. Разработка мероприятий по устранению нерационального использования рабочего времени., 1. Основы планирования, принципы планирования, система планирования времени.</li> <li>2. Определение целей и средств их достижения.</li> <li>3. Принципы тайм-менеджмента при планировании целей.</li> <li>4. Общее понятие приоритетности дел. Преимущества работы по приоритетам.</li> <li>5. Концепция приоритетности дел С. Кови при планировании целей., 1. Организация работы с документами.</li> <li>2. Виды служебных документов и функциональные стили изложения информации в них.</li> <li>3. Искусство убеждения и публичное выступление.</li> <li>4. Психология и техника ведения деловых встреч и переговоров.</li> <li>5. Современные технические средства автоматизации информационно-управленческой деятельности.</li> <li>6. Подготовка и проведение деловых совещаний., 1. Необходимость укрепления волевых качеств менеджера.</li> <li>2. Трудолюбие и упорство в работе как составляющие эмоционально-волевого потенциала менеджера.</li> <li>3. Самоорганизация личного здоровья.</li> <li>4. Факторы поддержания хорошей физической формы.</li> <li>5. Эффективные способы самомотивации., 1. Функции контроля в персональном менеджменте.</li> <li>2. Контроль процесса деятельности в персональном менеджменте.</li> <li>3. Контроль результатов.</li> </ol> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
Б1.О.09	Информационно-	

	<p>коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> изучение основных методов и средств применения компьютерных технологий в научно-исследовательской работе, формирование профессиональной компетенции в соответствии с ФГОС.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;</p> <p><b>Содержание</b> Информационное общество (понятие, признаки, информатизация общества, информационные продукты и услуги). Основные характеристики информационного общества (субъекты и объекты процессов развития информационного общества, социальная структура) Информационные ресурсы (понятие, свойства, классификация). Информационный кризис (альтернативные подходы к пониманию (Шкловский, Мартин, Винер), критерии, информационная культура). , Роль государства в развитии информационного общества (электронное правительство, Стратегия развития информационного общества в России на 2017-2030 гг.) Тенденции в развитии информационного общества (информационная индустрия, задачи информатизации на современном этапе, социально-экономические проявления информатизации) , Программные средства профессиональной коммуникации (компьютерные сети, мессенджеры, видеоконференции) Электронные библиотеки и платформы научной деятельности (e-library, ORCID, SCOPUS, Web of Science) , Технологии мультимедиа. Использование мультимедийных технологий в научно-исследовательской работе и образовательной деятельности. Создание мультимедийных презентаций. Программа создания презентаций MS Office PowerPoint.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
<p>Б1.О.10</p>	<p>Экономическая теория (продвинутый уровень)</p>	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающихся комплексных знаний, практических умений и навыков по закреплённым за дисциплиной профессиональных компетенций, необходимых для формирования целостного научного экономического мировоззрения и представления о закономерностях функционирования современной экономики на микроуровне, анализировать экономические ситуации и закономерности поведения хозяйственных субъектов, прогнозировать последствия рыночных изменений на поведение экономических агентов, овладение навыками микроэкономического моделирования с применением современных инструментов, а также освоение современной макроэкономической науки, научного социально-экономического мировоззрения, овладением понятийным аппаратом современной экономической науки, позволяющий самостоятельно ориентироваться в сложных проблемах функционирования экономики в целом.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b></p>

		<p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Производство и производственная функция.</li> <li>2. Производство фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах., 1. Краткосрочное равновесие фирмы на конкурентном товарном рынке.</li> <li>2. Долгосрочное равновесие фирмы на конкурентном товарном рынке.</li> <li>3. Равновесие фирмы на рынках несовершенной конкуренции.</li> <li>4. Антимонопольного регулирования на товарном рынке., 1. Равновесие фирмы на конкурентном рынке труда.</li> <li>2. Равновесие фирмы на рынке труда в условиях несовершенной конкуренции.</li> <li>3. Равновесие фирмы на рынке капитала.</li> <li>4. Условия равновесия фирмы на товарном рынке., 1. Построение кривых безразличия.</li> <li>2. Предельная норма замещения.</li> <li>3. Построение бюджетной линии (линии бюджетных ограничений).</li> <li>4. Построение кривых «цена-потребление», «доход-потребление», Энгеля., 1. Методы макроэкономического анализа.</li> <li>2. Система макроэкономических взаимосвязей основных секторов национальной экономики., 1. Понятие совместного равновесия на рынках благ, денег и ценных бумаг.</li> <li>2. Модель « IS-LM». Инвестиционная и ликвидная ловушки., 1. Макроэкономическая статика и динамика. Экономический рост: сущность, типы и факторы воздействия.</li> <li>2. Модели экономического роста: неоклассическая и неокейнсианская., 1. Теории экономических циклов.</li> <li>2. Модели динамики инфляции и безработицы. Кривая Филлипса.</li> <li>3. Особенности циклического развития экономики на современном этапе. Антициклическая политика государства., 1. Фискальная политика государства. Мультипликаторы государственных расходов и налогов.</li> <li>2. Политика Центробанка РФ и ограничения кредитной эмиссии.</li> </ol> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.О.11	Аналитические исследования в профессиональной деятельности	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающихся способности применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных исследованиях с использованием современного информационно-методического обеспечения в различных предметных направлениях профессиональной деятельности посредством стратегического анализа качества профессионального капитала организации, анализа ее рыночной политики, диагностики системы управления продажами, диагностики предпосылок реструктуризации деятельности, оценки конкурентного потенциала, риска и перспектив развития бизнеса.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули). Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Профессиональная информация как основа исследований: виды, источники получения (навыки поиска, обобщения, анализа и</li> </ol>

интерпретации информации для применения продвинутых инструментов при проведении экономического анализа в предметных сферах профессиональной деятельности).

2. Профессиональная специфика сфер, объектов и предметов аналитических исследований, подходы и принципы их организации (профессиональная специфика продвинутых инструментальных методов экономического анализа).
3. Современные методы сбора, обработки и анализа профессиональной информации для проведения аналитических исследований (обоснование выбора продвинутых инструментальных методов экономического анализа при проведении прикладных исследований в профессиональной деятельности)., 1. Сущность, виды и процедуры разработки стратегий повышения качества профессионального капитала организации (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
2. Оценка индивидуального профессионального лидерства работников (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях профессионального капитала организации).
3. Оценка профессионального развития работников (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях профессионального капитала организации).
4. Оценка профессионального потенциала работников для карьерного продвижения (обоснование выводов и рекомендаций по результатам применения продвинутых инструментальных методов экономического анализа в прикладных исследованиях по предметным направлениям профессиональной деятельности)., 1. Сущность, содержание и приоритеты рыночной политики организации (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
2. Детерминанты формирования и реализации рыночной политики (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
3. Оценка маркетинговой результативности бизнеса организации (обоснование выводов и рекомендаций по результатам применения продвинутых инструментальных методов экономического анализа в прикладных исследованиях по предметным направлениям профессиональной деятельности).
4. Анализ товарного портфеля организации (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях рыночной политики организации)., 1. Продажи как системный объект управления: структура и функции (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
2. Подходы к управлению продажами продукции (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
3. Система управления продажами: организация и функции (предметные сферы, объекты и предметы экономического анализа в профессиональной деятельности, подходы и принципы организации проведения аналитических исследований).
4. Анализ факторов влияния на продажи продукции (обосновывать выбор продвинутых инструментальных методов экономического анализа при проведении прикладных исследований в профессиональной деятельности; применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях системы управления продажами)., 1. Сущность, формы и виды реструктуризации деятельности организации (инструментальное обеспечение проведения экономического анализа предпосылок реструктуризации деятельности).
2. Реструктуризация деятельности организации как система (инструментальное обеспечение проведения экономического анализа предпосылок реструктуризации деятельности).
3. Факторы и проблемы реструктуризации деятельности организации (обоснование выводов и рекомендаций по результатам применения продвинутых инструментальных методов экономического анализа в прикладных исследованиях по предметным направлениям профессиональной деятельности).
4. Аналитическое обоснование необходимости реструктуризации деятельности организации (оформление результатов

		<p>применения продвинутых инструментов экономического анализа в профессиональной деятельности)., 1. Конкурентный потенциал организации и его структура (инструментальное обеспечение проведения экономического анализа конкурентного потенциала).</p> <p>2. Анализ динамичности конкурентного потенциала организации (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях конкурентного потенциала).</p> <p>3. Оценка характера динамики конкурентного потенциала организации (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях конкурентного потенциала).</p> <p>4. Выявление резервов роста конкурентного потенциала организации (оформление результатов применения продвинутых инструментов экономического анализа в профессиональной деятельности)., 1. Сущность, виды и подходы к организации маркетинговых исследований (инструментальное обеспечение проведения экономического анализа рисков и перспектив бизнеса; профессиональная специфика продвинутых инструментальных методов экономического анализа).</p> <p>2. Организация проведения маркетингового исследования в конкурентной среде (инструментальное обеспечение проведения экономического анализа рисков и перспектив бизнеса; профессиональная специфика продвинутых инструментальных методов экономического анализа).</p> <p>3. Оценка факторов и уровня риска организации на конкурентном рынке (применение продвинутых инструментов экономического анализа (MS Excel, Power BI, Google – документы, ППП Statistica, ФинЭконАнализ и др.) в аналитических исследованиях рисков и перспектив бизнеса; поиск, обобщение, анализ и интерпретация информации для применения продвинутых инструментов при проведении экономического анализа в предметных сферах профессиональной деятельности).</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.О.12	Современные проблемы менеджмента	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение общепрофессиональных компетенций путем получения магистрантами знаний о современных проблемах менеджмента, получения представления об эволюции менеджмента как науки и искусстве управления; изучения новых теоретических концепций и практик формирования сетевых и виртуальных организаций, а также формирования практических умений и навыков в области использования современных инструментов менеджмента в процессе управления организацией.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;, ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;</p> <p><b>Содержание</b> 1. Современные проблемы управления организацией, возникающие в нестандартных ситуациях 2. Концепции управления и профессионализм менеджеров. Основные категории и типы управления. 3. Законы организации в статике и динамике. 4. Закономерности управления. 5. Классические и современные принципы управления объектами.</p>

		<p>6. Этапы становления и особенности российского менеджмента.</p> <p>7. Формирование российской модели менеджмента.</p> <p>8. Социальная и этическая ответственность менеджера за принятые решения., 1. Сущность и характеристика основных научных подходов к управлению организацией.</p> <p>2. Системный, процессный и ситуационный подходы как основополагающие в современной теории менеджмента</p> <p>, 1. Решение проблемы конкурентоспособности в нестандартных ситуациях путем создания новых организационных структур.</p> <p>2. Конкурентоспособность и виртуальные организации.</p> <p>3. Стратегические альянсы как форма ведения бизнеса. Экономическая и финансовая основы слияний и поглощений.</p> <p>4. Проблема построения научающейся организации. Конкурентные преимущества научающихся организаций.</p> <p>, 1. Формальное и неформальное управление, их проблемы и взаимосвязь.</p> <p>2. Процесс формирования эффективной команды.</p> <p>3. Процессы взаимодействия и поведение в команде. Трансформация менеджмента и изменения в организации.</p> <p>4. Роль менеджера в современном производстве и обществе. Качества, необходимые менеджеру XXI века.</p> <p>5. Непрерывное самосовершенствование как условие профессионализма менеджера.</p> <p>6. Анализ, планирование и организация профессиональной деятельности менеджера., 1. Выявление и оценка новых рыночных возможностей организации</p> <p>2. Стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности современных организаций</p> <p>3. Процессы и динамика современных организационных изменений в нестандартных ситуациях.</p> <p>4. Классические (пошаговые) модели организационных изменений: достоинства и недостатки.</p> <p>5. Проблема непрерывности изменений.</p> <p>6. Организационное развитие как метод воздействия на корпоративную культуру.</p> <p>7. Метод реинжиниринга бизнес-процессов как реальное средство повышения эффективности бизнеса.</p> <p>8. Биореинжиниринг как синтез воздействий на социальную и технологическую подсистемы организации., 1. История оценки деятельности в менеджменте. Цели классических подходов к оценке деятельности.</p> <p>2. Факторы эффективности менеджмента. Виды, критерии и показатели эффективности менеджмента.</p> <p>3. Современные цели и методы оценки деятельности работников.</p> <p>4. Проблема обратной связи при оценке деятельности. Метод всесторонней обратной связи (360-Degree Feedback): достоинства и ограничения.</p> <p>5. Разработка и принятие организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях на основе использования современных инструментов менеджмента.</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.О.13	Теория и практика принятия управленческих решений	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося общепрофессиональных компетенций посредством освоения знаний, умений и навыков, необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач по различным проблемам, возникающим в системе государственной службы, обеспечения разработки и выполнения оптимальных управленческих решений на основе учета их социальной значимости и прогнозирования последствий и обеспечения эффективности и качества управленческой деятельности в государственных и муниципальных организациях.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b></p>



ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;

**Содержание**

1. Понятие, виды управленческих решений и требования, предъявляемые к ним
2. Технология разработки рациональных решений
3. Характеристика основных этапов процесса принятия решений по аналитической схеме

- , 1. Основные положения и эволюция теории принятия управленческих решений  
2. Теоретические подходы к процессу принятия управленческого решения

- , 1. Особенности принятия управленческих решений в условиях рыночных отношений  
2. Роль информации и информационных технологий в процессе разработки и принятия управленческих решений  
3. Методологические основы создания и использования системы поддержки принятия решений

- , 1. Методы подготовки и принятия решений: их классификация и характеристика  
2. Процесс разработки и использования моделей управленческих решений  
3. Использование дескриптивных моделей при принятии управленческих решений  
4. Использование нормативных моделей при принятии управленческих решений

- , 1. Технологии разработки и использования целей  
2. Разработка целей методом написания сценариев  
3. Программно-целевой подход к принятию управленческих решений

- , 1. Концепция допустимого риска и учет факторов риска при разработке стратегических решений  
2. Методы управления риском  
3. Виды неопределенности и правила выбора альтернатив в условиях неопределенности  
4. Технологии принятия решений в условиях неопределенности

- , 1. Оценка состояния и прогнозирование внешней среды. Анализ условий сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды  
2. Разработка и анализ стратегических альтернатив действий  
3. Управление изменениями и конфликтами при принятии и реализации управленческих решений

- , 1. Процедуры согласования и утверждения решения  
2. Методы и формы организации деятельности по выполнению управленческих решений  
3. Делегирование полномочий и ответственность в процессе выработки и реализации управленческих решений  
4. Координация деятельности в процессе реализации управленческих решений

- , 1. Контроль исполнения управленческих решений  
2. Оценка эффективности управленческих решений. Операционная и организационная эффективность управленческих решений, социальная значимость.

		<b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)
<b>Б1.В.00</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>	
Б1.В.01	Бренд-менеджмент	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение профессиональной компетенции, формирование знаний, умений и навыков в области повышения значимости продукта в восприятии потребителя, увеличение ценности бренда</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации</p> <p><b>Содержание</b> 1. Понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов). 2. Создание нематериальных активов (брендов) в организации, управление ими и их внедрением на рынок. Инструменты бренд-менеджмента. 3. Технология брендинга как современная маркетинговая технология. 4. Алгоритм разработки брендов и вывода их на рынок. Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда 5. Специфика технологии брендинга при продвижении нематериального товара – услуги, идеи. 6. Требования к разработке брендов., 1. Виды брендов, их характеристика, отличительные особенности, назначение и целесообразность разработки и внедрения. 2. Структура бренда , 1. Стратегия внедрения и удержания бренда. 2. Жизненный цикл бренда. 3. Технологии ребрендинга, ренейминга, рестайлинга, контрбрендинга товарных марок. 4. Способы улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами. 5. Инструменты проектного управления успешными брендами., 1. Роль брендов в системе концепции «маркетинг отношений». 2. Бренддинг как инструмент в конкурентной борьбе. 3. Эмоциональный уровень конкуренции. 4. Метод определения эмоциональной идентичности бренда как основы его отличия от других. 5. Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации., 1. Прогноз брендинговых технологий. 2. Психологические аспекты брендинговых технологий. 3. Планирование бренда., 1. Стоимостные характеристики товарного знака (бренда). Методы оценки стоимости брендов организации. 2. Бренддинг и процесс ценообразования. 3. Анализ технологий оценки бренда как нематериального актива компании., 1. Сущность и характеристика коммуникационных (рекламных) кампаний. 2. Интернет как форма маркетинговой коммуникации.</p>

		<p>3. Технологии и возможности Интернета в формировании и поддержании брендов.</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
<p>Б1.В.02</p>	<p>Репутационный менеджмент</p>	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося профессиональных компетенций посредством освоения знаний, умений и навыков в области репутационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративными репутациями, как концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Репутационный менеджмент: сущность, содержание, базовые направления и основные компоненты</li> <li>2. Репутация как ресурс управления и как один из основных нематериальных активов организации: параметры, характеристики и структура</li> <li>3. Репутационный аудит как ключевой элемент процесса управления репутацией компании</li> <li>4. Основные составляющие деловой репутации как многоуровневой системы</li> <li>5. Факторы формирования положительной репутации организации</li> <li>6. Понятие корпоративной стратегии и программы организационного развития организации, 1. Современная концепция имиджа организации.       <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Элементы корпоративного имиджа и их характеристика</li> <li>3. Взаимосвязь имиджа организации с репутацией</li> <li>4. Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в контексте репутационного менеджмента           <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Стратегический анализ и репутационный менеджмент.</li> <li>2. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями.</li> <li>3. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации.</li> <li>4. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации.</li> <li>5. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.               <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Управление процессами создания характеристик репутации у субъекта</li> <li>2. Целевая корпоративная аудитория и анализ её различных групп.</li> <li>3. Использование различных средств воздействия на целевую аудиторию: СМИ, психологический комплекс средств, комплекс средств убеждения и принуждения.</li> <li>4. СМИ как инструмент формирования репутации.</li> <li>5. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией., 1. Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов.</li> <li>2. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации.</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>

		<p>3. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию</p> <p>, 1. Разработка программы управления корпоративной репутацией организации</p> <p>2. Формирование позитивной репутации региональной власти</p> <p>3. Социальная практика и перспективы развития репутационного консалтинга</p> <p>4. Стратегии управления репутацией</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.В.03	Инновационные маркетинговые коммуникации	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение компетенций, необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач в области осуществления маркетингового управления, формирования и реализации маркетинговой коммуникационной стратегии организации</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-4 Способен выстраивать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Сущность инновационного маркетинга и его элементы.</p> <p>2. Цели, задачи, принципы инновационного маркетинга</p> <p>3. Функции инновационного маркетинга</p> <p>, 1. Сущность коммуникационного маркетинга</p> <p>2. Цели, принципы, функции маркетинговых коммуникаций</p> <p>3. Характеристика системы коммуникационного маркетинга</p> <p>4. Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации</p> <p>5. Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации , 1. Сущность маркетинговых коммуникаций и их элементы. Способы продвижения товаров (услуг) организации на рынок.</p> <p>2. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>3. Функции и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>, 1. Разработка и проведение внутренних и внешних коммуникационных кампаний в организации. Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p> <p>2. Реклама в системе инновационных маркетинговых коммуникаций, организация рекламного дела. Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации. Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p> <p>3. Инновационные PR - технологии как динамично развивающийся перспективный вид предпринимательской деятельности. Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p>

		<p>4. Благотворительность как инновационный инструмент PR – активности компании</p> <p>5. Развитие выставочной деятельности в информационном обществе как способ продвижения инновационной продукции на рынок</p> <p>6. Инновационное развитие маркетинговых конкурсов. Интернет – аукционы – новый инструмент ценообразования в онлайн – пространстве</p> <p>7. Инновационные подходы к продвижению продукции в Интернет</p> <p>8. Работа с инструментами прямого маркетинга. Личные продажи – инструмент продвижения в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций, 1. Мобильный маркетинг (mobil marketing) – интерактивный инструмент инновационных маркетинговых коммуникаций</p> <p>2. Провокационный маркетинг и техника flash-mob как разновидность инновационных маркетинговых коммуникаций</p> <p>3. Гибкие маркетинговые мероприятия и настойчивое влияние на целевую аудиторию агрессивного маркетинга</p> <p>4. Событийный маркетинг (Event-marketing) как универсальный маркетинговый инструмент изменений</p> <p>5. Многогранность партизанского маркетинга (life-placement)</p> <p>6. Назначение арт-маркетинга в сфере продвижения брендов на современный рынок ценностей культуры, искусства и спорта</p> <p>7. Основы развития вирусного маркетинга как новой маркетинговой техники. Популярность вирусного Интернет – маркетинга</p> <p>8. Маркетинг в социальных медиа (social media marketing). Возможности использования сетевых интернет-коммуникаций как инновационного инструмента в маркетинговой среде</p> <p>9. Маркетинг виртуальных персонажей, виртуальный маркетинг (buzz – маркетинг), 1. Формирование имиджа и деловой репутации организации. Имиджевые характеристики.</p> <p>2. Персональный имидж. Типология имиджа.</p> <p>3. Корпоративный имидж кооперативной организации.</p> <p>4. Стратегия конструирования имиджа</p> <p>, 1. Этапы формирования и реализации комплекса маркетинговых коммуникаций</p> <p>2. Основные способы реализации маркетинговых коммуникаций.</p> <p>, 1. Проблема налаживания эффективных маркетинговых коммуникаций</p> <p>2. Выстраивание системы коммуникаций в организации на уровне стратегий. Состав процесса стратегического и оперативного планирования. Оценка эффективности коммуникационных стратегий и анализ результативности коммуникационной политики.</p> <p>3. Методы улучшения бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики. Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.</p> <p>4. Использование инструментов проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.В.04	Маркетинговые инновации	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося необходимых профессиональных компетенций, необходимых для подготовки менеджера, способного принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации на основе ее инновационного развития</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации</p>

		<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность и значение маркетинговых инноваций</li> <li>2. Классификация маркетинговых инноваций</li> <li>3. Анализ факторов успеха и неудач нововведений       <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Понятие и классификация потребностей. Ценностный подход к изучению потребностей</li> <li>2. Потребности и концепция жизненного стиля потребителя</li> <li>3. Активизация потребностей и мотивация потребителя. Новаторство потребителя</li> </ol> </li> <li>4. Характеристики потребителей-новаторов. Процесс принятия продукта новаторами       <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Мультиатрибутивная концепция продукта</li> <li>2. Решения организации относительно товарного ассортимента</li> <li>3. Методы анализа товарного ассортимента</li> <li>4. Решения об изменении товарного ассортимента           <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Виды рыночного спроса и методы их измерения</li> </ol> </li> <li>2. Построение модели базового рынка</li> <li>3. Потенциал рынка и позиции организации</li> <li>4. Доля рынка организации как поведенческая реакция потребителей</li> </ol> </li> <li>5. Потребительская лояльность как основа стабильности спроса и условие для принятия инноваций       <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Стратегии маркетинга в области новых продуктов</li> <li>2. Организация процесса разработки технологических и продуктовых инноваций</li> <li>3. Этапы процесса разработки нового товара</li> <li>4. Методические аспекты процесса генерации идей</li> <li>5. Факторы и методы оценки нововведений</li> </ol> </li> <li>6. Информационная основа управленческих решений по маркетинговым инновациям       <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Стратегическое планирование инновационной деятельности</li> <li>2. Сущность и основные области реализации маркетинговых инновационных стратегий.</li> <li>3. Виды маркетинговых инновационных стратегий.</li> <li>4. Диверсификация – как стратегическая инновация           <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Управление проектом – особый тип управления</li> </ol> </li> <li>2. Проектная документация внедрения технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</li> <li>3. Основные этапы создания и реализации инновационного проекта</li> <li>4. Методы выбора инновационного проекта для реализации</li> <li>5. Оценка эффективности инновационного проекта           <ol style="list-style-type: none"> <li>, 1. Роль руководителя в процессе инноваций</li> <li>2. Стимулирование инновативности низового звена управления</li> <li>3. Сопротивление инновациям и методы его преодоления</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.В.05	Стратегический маркетинг	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности организации на стратегическом уровне, проведения маркетинговых исследований, управления маркетинговой деятельностью, формирования стратегии маркетинга организации, осуществления эффективных стратегий маркетинга в области товарной, ценовой политики, политики в области</p>

		<p>распределения и продвижения продукции.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-2 Способен разрабатывать и организовывать реализацию стратегии ценообразования в процессе осуществления стратегического маркетинга, ПК-3 Способен принимать стратегические решения и реализовывать направления стратегического маркетинга в области распределения и сбытовой политики</p> <p><b>Содержание</b> 1.Стратегический маркетинг: роль, значение, сущность. 2. Стратегические и операционные решения в маркетинге. 3. Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления. , 1. Основные концепции анализа спроса 2. Привлекательность отрасли и конкурентная борьба 3. Факторы, характеризующие состояние рынка 4. Маркетинговые стратегии для различных этапов существования рынка, 1. Возможные стратегические направления роста 2. Стратегии сокращения 3. Позиционные стратегии предприятий , 1. Роль и значение стратегических решений в товарной политике 2. Оценка товарного портфеля организации 3. Принятие решений по разработке новых товаров 4. Принятие стратегических решений, основанных на возможностях присвоения марочных названий 5. Решения по товарному ассортименту, 1. Роль цены в стратегических маркетинговых решениях. 2. Цели маркетинговой ценовой политики. 3. Характеристика базовых ценовых стратегий. , 1. Стратегическая роль функции распределения 2. Разработка и выбор стратегии распределения 3. Стратегии для различных уровней канала 4. Коммуникационные стратегии в канале сбыта , 1. Роль стратегических решений в коммуникационной политике 2. Компоненты стратегий маркетинговых коммуникаций 3. Разработка стратегии коммуникации, 1. Конкурентное преимущество, пути его достижения 2. Базовые стратегии развития 3. Выбор конкурентных стратегий</p> <p><b>Форма контроля</b> Экзамен (устно)</p>
Б1.В.06	Теория и методология исследования систем управления	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося общекультурной и профессиональной компетенций посредством освоения знаний, умений и навыков в области исследования систем управления.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b></p>

Дисциплины (модули). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)**

ПК-5 Способен применять методы и инструменты проведения научных исследований в профессиональной сфере деятельности

**Содержание**

1. Сущность научного исследования и познания как основы экономического знания.
2. Общие методологические положения научного исследования. Функциональная роль исследования в развитии систем управления.
3. Процедуры научного исследования.
4. Теоретические и эмпирические исследования.
  1. Диалектический подход и системный анализ в исследовании управления.
2. Процессный подход к исследованию.
3. Ситуационный подход к исследованию.
4. Рефлексивный подход к исследованию как основа экономического знания.
  1. Сущность и состав общенаучных методов исследования.
2. Методы морфологического анализа, доказательство, моделирование, полемика, экспериментирование. Приемы анализа и обоснования.
3. Методы проектирования концепций посредством количественного и качественного анализа.
  1. Сущность и состав частнонаучных методов исследования систем управления.
2. Исследование посредством изучения документов, экспериментирования, тестирования, мозгового штурма.
3. Метод экспертных оценок и SWOT- анализ в исследовании систем управления.
4. Параметрические исследования и факторный анализ систем управления.
  1. Классификация, типы и задачи эксперимента как метода количественного и качественного анализа.
2. Методы экспериментальных исследований.
  1. Роль экспертов в изучении и оценке систем управления посредством количественного и качественного анализа.
2. Методы экспертных оценок и организация экспертного оценивания посредством количественного и качественного анализа.
3. Подбор экспертов.
4. Опрос экспертов.
5. Обработка экспертных оценок.
  1. Исследование эффективности управления посредством количественного и качественного анализа.
2. Исследование эффективности управления финансовым состоянием.
  1. Сущность и параметры диагностики.
2. Методы диагностики управления посредством количественного и качественного анализа.
3. Диагностика систем управления с письменным опросом персонала.
4. Диагностика банкротства организации.
  1. Сущность и задачи социологических исследований систем управления.
2. Методы сбора социальной информации при исследовании управления.
3. Способы анализа и интерпретации данных, получение эмпирически обоснованных обобщений, выводов и рекомендаций.
  1. Сущность рефлексивного управления и основы его исследования.
2. Методы психологических исследований в изучении систем управления посредством количественного и качественного анализа.
3. Тесты и тестирование в психодиагностических исследованиях систем управления.
  1. Разработка программы исследования.
2. Планирование процесса исследования систем управления посредством количественного и качественного анализа.
3. Организация процесса исследования систем управления.
  1. Понятие эффективности исследования. Научная и практическая эффективность исследования.
2. Принципы обеспечения эффективности исследования.



		<p>3. Фактологическое обеспечение исследования посредством количественного и качественного анализа.</p> <p>4. Эффективность мышления исследователя.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
<b>Б1.В.ДВ.7.00</b>	<b>Дисциплины по выбору</b>	
Б1.В.ДВ.7.01	Технология разработки и принятия стратегических решений	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающегося профессиональных компетенций посредством освоения знаний, умений и навыков в области технологии разработки и принятия стратегических решений</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-3 Способен принимать стратегические решения и реализовывать направления стратегического маркетинга в области распределения и сбытовой политики</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль и значение принятия решений в процессе управления.</li> <li>2. Концептуальные положения теории принятия управленческих решений.</li> <li>3. Системный, целевой и процессный подходы к разработке решений. <ul style="list-style-type: none"> <li>, 1. Особенности стратегических решений и правила их принятия.</li> </ul> </li> <li>2. Факторы, влияющие на процесс принятия стратегических решений.</li> <li>3. Этапы процесса принятия стратегических решений.</li> <li>4. Типология стратегических решений</li> <li>5. Процедуры формирования системы целей, проблем и критериев эффективности при разработке стратегических решений <ul style="list-style-type: none"> <li>, 1. Методы диагностики среды</li> <li>2. Методы определения миссии и целей</li> <li>3. Методы выбора стратегии</li> <li>4. Методы реализации стратегии</li> <li>5. Методы контроля и оценки результатов реализации стратегии, 1. Проекция приоритетных стратегий на факторы среды.</li> </ul> </li> <li>2. Стратегия бизнес-единиц.</li> <li>3. Использование методов морфологического анализа и синтеза, причинно-следственного анализа <ul style="list-style-type: none"> <li>, 1. Исследование и оценка конкурентоспособности организации. Выбор конкурентной стратегии в зависимости от движущих сил рынка.</li> <li>2. Маркетинговые функции и решения.</li> <li>3. Система маркетинговых решений: товарная, ценовая, сбытовая, коммуникативная политики в маркетинговой стратегии организации.</li> <li>4. Управление конкурентоспособностью организации. <ul style="list-style-type: none"> <li>, 1. Адаптация к изменениям.</li> </ul> </li> <li>2. Управление решением стратегических задач.</li> <li>3. Принятие решений в процессе изменений. <ul style="list-style-type: none"> <li>, 1. Формирование и функционирование механизма реализации управленческих решений.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>

		<p>2. Механизм согласования интересов как фактор эффективной разработки и реализации стратегических решений</p> <p>3. Использование теории игр как инструмента поиска согласованных решений субъектами рынка.</p> <p>4. Стратегический контроллинг как основной элемент эффективного стратегического управления.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
Б1.В.ДВ.7.02	Современный стратегический анализ	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> формирование у обучающихся профессиональных компетенций, посредством формирования знаний, умений и навыков, необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач в области осуществления стратегического управления, проведения стратегического анализа</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-3 Способен принимать стратегические решения и реализовывать направления стратегического маркетинга в области распределения и сбытовой политики</p> <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Стратегия и основные принципы ее формирования</p> <p>2. Цель, задачи и информационная база стратегического анализа</p> <p>3. Система сбалансированных показателей и стратегические карты</p> <p>, 1. Базовые концепции стратегического анализа</p> <p>2. SWOT-анализ</p> <p>3. GAP-анализ</p> <p>4. CVP-анализ</p> <p>5. Диаграмма «Ишикава»</p> <p>, 1. Условия сравнения</p> <p>2. Методическая версия анализа</p> <p>, 1. Факторы, влияющие на внешнюю среду</p> <p>2. Анализ макрокружения</p> <p>3. Анализ микроокружения</p> <p>, 1. Анализ сегментации рынка</p> <p>2. Анализ портфеля товаров</p> <p>3. Анализ позиций на рынке</p> <p>, 1. Анализ сегментации рынка</p> <p>2. Анализ портфеля товаров</p> <p>3. Анализ позиций на рынке</p> <p>, 1. Особенности и классификация бизнес-процессов</p> <p>2. Анализ цепочки создания ценностей</p> <p>3. Анализ затрат</p> <p>, 1. Роль и значение финансового состояния предприятия</p>

		<p>2. Методика анализа денежных потоков организации</p> <p>3. Методика анализа прибыли организации</p> <p>4. Методика оценки имущественного положения организации</p> <p>5. Методика расчета оценки стоимости чистых активов акционерного общества</p> <p>6. Методика оценки ликвидности баланса организации</p> <p>7. Методика оценки финансовой устойчивости организации</p> <p>8. Методика оценки деловой активности организации</p> <p>9. Методика оценки эффективности деятельности организации, 1. Модель максимизации прибыли</p> <p>2. Модель максимизации роста</p> <p>3. Модель максимизации продаж</p> <p>4. Модель управленческого поведения, 1. Среда решения в условиях определенности</p> <p>2. Принятие стратегических решений на основе предельного анализа</p> <p>3. Принятие стратегических решений на основе линейного программирования</p> <p>4. Принятие стратегических решений на основе приростного анализа прибыли</p> <p>, 1. Среда решения в условиях риска</p> <p>2. Методы оценки риска</p> <p>3. Прогнозирование риска</p> <p>, 1. Цель и задачи методики принятия стратегических решений в условиях неопределенности</p> <p>2. Среда решения в условиях неопределенности.</p> <p>3. Инструменты принятия решений в условиях неопределенности.</p> <p>4. Принятие стратегических решений на основе критерия Вальда.</p> <p>5. Принятие стратегических решений на основе альфа-критерия Грувица.</p> <p>6. Принятие стратегических решений на основе критерия Сэвиджа</p> <p>7. Принятие стратегических решений на основе критерия Лапласа.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
<b>Б2.00</b>	<b>Практика</b>	
<b>Б2.0.00</b>	<b>Обязательная часть</b>	
Б2.0.01	Учебная практика	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Практика. Обязательная часть.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>Содержание</b></p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
Б2.0.02	Научно-	<b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b>

исследовательская  
работа

**Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**  
Практика. Обязательная часть. Учебная практика.

**Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)**

ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления; ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды; ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций; ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты., УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий, УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели, УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия, УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

**Содержание**

Научно-исследовательская работа ориентирована на подготовку магистерской диссертации, поэтому результатом научно-исследовательской работы в 1-м разделе является программа научно-исследовательской работы, которая включает обоснование темы и разработку плана-графика магистерской диссертации.

Обоснование темы должна содержать следующую информацию:

- 1) Актуальность темы исследования; её важность для решения проблем управления – излагается современное состояние рассматриваемой проблемы, показывается ее роль и значение в экономике и управлении, необходимость ее изучения и исследования.
- 2) Цель и задачи исследования.
- 3) Объект и предмет исследования. Объект исследования – предприятие/организация, данные которых исследуются в работе. Предмет исследования - проблема (круг вопросов), которые исследуются в работе на примере объекта исследования.
- 4) Период исследования (три последних года).
- 5) Теоретико-методологическая база исследования.

Теоретическую базу составляют основные теоретические концепции данной области знаний и рабочие гипотезы, которые следует доказать в теоретической части ВКР.

Методологическую базу составляют общенаучные и специальные методы, с помощью которых будут получены эти результаты, излагаются организационные условия, необходимые для их реализации.

- 6) Область применения результатов работы. Кратко характеризуется вид результатов работы (предложения, рекомендации по отдельным направлениям деятельности объекта исследования или аспектам предмета исследования, модели, дополнения к действующему законодательству и т.п.) и их влияние на исследуемую проблему в случае внедрения в определенных организациях.

		<p>7) Апробацию результатов проведенного исследования в форме публикации статей, тезисов. В приложения обязательно необходимо вынести список трудов магистранта по результатам проведенного исследования, Литературный обзор проблемы исследования должен содержать информацию о степени ее научной разработанности в целом и по отдельным аспектам проблемы.</p> <p>На основе подбора и изучения основных литературных источников, которые будут использованы в качестве теоретической базы исследования; автором должен быть представлен обзор литературы по теме магистерской диссертации или ее конкретного аспекта, который содержит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования, оценку их применимости в рамках данного исследования. В разделе указываются теоретические и законодательно-нормативные источники, данные статистической и бухгалтерской отчетности объекта исследования. Указываются фамилии авторов, внесших наиболее ощутимый вклад в разработку определенных аспектов изучаемой проблемы. Библиографические ссылки употребляются при цитировании; при заимствовании положений, формул, таблиц, иллюстраций; при необходимости отсылки к другому изданию, где более полно изложен вопрос; при анализе в тексте опубликованных работ.</p> <p>Оформление ссылок по тексту работы (в квадратных скобках указываются номер источника в их списке).</p> <p>При составлении литературного обзора следует соблюдать такие требования, как: количество литературных источников – 75, их актуальность, география (обязательны труды преподавателей БУКЭП, кафедры маркетинга и менеджмента, желательны источники из иностранных источников, использование энциклопедических изданий, фундаментальных исследований).</p> <p>Приветствуется самоцитирование., Результатом научно-исследовательской работы в 3-м вопросе является характеристика научного и методологического инструментария, который автор предполагает использовать или уже использует при выполнении магистерской диссертации в процессе сбора фактического материала для выпускной квалификационной работы, включая разработку методологии сбора данных, методов обработки результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над диссертацией., Четвертый вопрос является индивидуальным заданием и связан с содержанием теоретической части магистерской диссертации.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
<b>Б2.В.00</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>	
Б2.В.01	Производственная практика	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Практика.Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>Содержание</b></p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой, Зачет с оценкой</p>

<p>Б2.В.02</p>	<p>Практика по профилю профессиональной деятельности</p>	<p><b>Цели прохождения практики</b>  Целями практики Практика по профилю профессиональной деятельности являются формирование профессиональных компетенций путем обобщения и систематизации знаний, полученных ранее при теоретическом обучении, приобретения практических профессионально необходимых умений и навыков работы по видам деятельности, предусмотренным образовательной программой Стратегический маркетинг по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент</p> <p><b>Место практики в структуре образовательной программы</b>  Практика. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Производственная практика.</p> <p><b>Требования к результатам прохождения практики</b>  ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации, ПК-2 Способен разрабатывать и организовывать реализацию стратегии ценообразования в процессе осуществления стратегического маркетинга, ПК-3 Способен принимать стратегические решения и реализовывать направления стратегического маркетинга в области распределения и сбытовой политики, ПК-4 Способен выстраивать систему маркетинговых коммуникаций в организации, ПК-5 Способен применять методы и инструменты проведения научных исследований в профессиональной сфере деятельности</p> <p><b>Содержание</b>  Познакомиться с программой практики. Получить индивидуальные задания от руководителя практики. Составить рабочий график (план прохождения практики с указанием тем и участков работы). Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности в период практики. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка в организации., Темы практики и виды работы: выполнение работ в соответствии с темами практики.  Программа практики включает в себя обязательное выполнение каждым студентом трех разделов. Руководитель практики от института, учитывая особенности организации — базы практики, может внести уточнения в содержание заданий.  1. Общая характеристика внутренней среды объекта практики.  В данном вопросе необходимо дать общую характеристику предприятия, историю его развития, проанализировать систему управления организации – объекта практики, которую необходимо начать с изучения нормативных и организационных регламентов (Устава, Положения, должностных инструкций и др. организационных регламентов), охарактеризовать цели, задачи объекта практики, его виды деятельности, дать характеристику учредителей, проанализировать органы управления организации, их полномочия, охарактеризовать организационную структуру управления, ее соответствие методологическим требованиям, оценку достоинств и недостатков, функции основных структурных подразделений.  В конце раздела студенту необходимо сделать выводы об особенностях организации, достоинствах и недостатках системы управления организацией,  2. Оценка экономического потенциала организации  В процессе прохождения производственной практики студенту необходимо проанализировать результаты хозяйственной деятельности организации за три последних года, в том числе:  а) при исследовании объемных и стоимостных показателей хозяйственной деятельности необходимо отразить следующие показатели и их динамику в абсолютном и относительном исчислении:  - объем выручки от реализации или производства продукции в действующих и сопоставимых ценах;  - себестоимость продукции в сумме и по отношению к объему выручки (в процентном соотношении);  - коммерческие расходы;  - прибыль от реализации продукции;  - прочие доходы и прочие расходы;  - размер чистой прибыли;</p>
----------------	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- рентабельность деятельности;</li> <li>- численность работников;</li> <li>- производительность труда работников.</li> </ul> <p>Для расчета перечисленных выше показателей необходимо использовать форму № 2 бухгалтерской отчетности «Отчет о прибылях и убытках»;</p> <p>б) при исследовании имущественного состояния организации следует оценить в динамике на основе данных формы № 1 «Бухгалтерский баланс»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру и динамику основных средств;</li> <li>- незавершенного строительства;</li> <li>- оборотных средств;</li> <li>- запасов;</li> <li>- дебиторской задолженности;</li> <li>- эффективность использования ресурсов организации;</li> </ul> <p>в) финансовое состояние организации можно проанализировать, используя данные бухгалтерской отчетности (формы №1-5). Для этого необходимо рассчитать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- показатели финансовой устойчивости;</li> <li>- ликвидности;</li> <li>- платежеспособности;</li> <li>- деловой активности и сравнить с их нормативными значениями;</li> </ul> <p>Все цифровые материалы следует оформить в виде таблиц, графиков, диаграмм.</p> <p>На основе результатов анализа следует сделать выводы об экономической эффективности деятельности организации и определить основные направления ее повышения.</p> <p>3. Индивидуальное задание</p> <p>Индивидуальное задание связано с исследованием конкретных проблем, возникающих в ходе осуществления управленческой деятельности организации, выступающей объектом исследования. Задание носит индивидуальный характер для каждого студента, так как зависит непосредственно от темы выпускной квалификационной работы.</p> <p>В данном разделе необходимо провести исследование в области использования в организации маркетинговых технологий. Данная технология направлена на изучение спроса и потребностей клиентов и их удовлетворения с помощью маркетинговых инструментов. Следует изучить вопросы организации маркетинговой деятельности, товарную, ценовую, сбытовую, коммуникационную политики организации.</p> <p>Также необходимо провести исследование стратегических и операционных решений в области маркетинговой деятельности организации, использование технологий анализа стратегических решений, в том числе маркетинговых, исследование имиджевых характеристик для определения позиции организации в маркетинговом пространстве.</p> <p>Оказание практической помощи организации.</p> <p>Фиксация в дневнике практики проделанной работы., Обработка и анализ собранного материала. Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
Б2.В.03	Преддипломная практика	<p><b>Цели прохождения практики</b></p> <p>Целями практики Преддипломная практика являются выполнение выпускной квалификационной работы, формирование профессиональных компетенций путем обобщения и систематизации знаний, полученных ранее при теоретическом обучении, приобретения практических профессионально необходимых умений и навыков работы по видам деятельности, предусмотренным образовательной программой Стратегический маркетинг по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент</p>

**Место практики в структуре образовательной программы**

Практика. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Производственная практика.

**Требования к результатам прохождения практики**

ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации, ПК-2 Способен разрабатывать и организовывать реализацию стратегии ценообразования в процессе осуществления стратегического маркетинга, ПК-3 Способен принимать стратегические решения и реализовывать направления стратегического маркетинга в области распределения и сбытовой политики, ПК-4 Способен выстраивать систему маркетинговых коммуникаций в организации, ПК-5 Способен применять методы и инструменты проведения научных исследований в профессиональной сфере деятельности

**Содержание**

Познакомиться с программой практики. Получить индивидуальные задания от руководителя практики. Составить рабочий график (план прохождения практики с указанием тем и участков работы). Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности в период практики. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка в организации., Программа практики включает в себя обязательное выполнение каждым студентом трех заданий. Руководитель практики от университета, учитывающий особенности организации - базы практики, может внести уточнения в содержание заданий.

Раздел 1. Организационная характеристика деятельности организации.

Реализуемые виды деятельности: организационно-управленческая, научно-исследовательская, аналитическая.

В период производственной (преддипломной) практики студент должен ознакомиться и отразить в отчете характеристику системы управления объекта исследования практики, в том числе: а) основные положения деятельности организации: - организационно-правовую форму, учредителей местонахождение организации; - цели и задачи функционирования предприятия; - виды и масштабы деятельности предприятия; - миссию и имидж предприятия; - характер производственной кооперации, системы снабжения и сбыта; - географическое положение, климатические и природные условия предприятия; - уровень специализации, кооперирования и концентрации производства; б) историю создания и развития организации, этапы ее жизненного цикла, элементы внешней среды (поставщики, конкуренты, клиенты, посредники и др.) в) элементы внутренней среды организации: - организационную структуру, ее тип, достоинства и недостатки, характеристики функций основных органов и аппарата управления организацией на основе должностных инструкций руководителей и специалистов; - элементы организационной культуры и различных форм социальной ответственности организации.

Для систематизации и иллюстрации информации следует использовать рисунки, таблицы, графики. В конце раздела студенту необходимо сделать вывод о достоинствах и недостатках системы управления организацией, определить резервы и основные направления ее совершенствования. Раздел 2. Оценка экономического потенциала организации и эффективности его использования.

Реализуемые виды деятельности: организационно-управленческая, аналитическая.

В процессе прохождения производственной (преддипломной) практики студенту необходимо проанализировать результаты хозяйственной деятельности организации за три последних года, в том числе: а) при исследовании объемных и стоимостных показателей хозяйственной деятельности необходимо отразить следующие показатели и их динамику в абсолютном и относительном исчислении: объем выручки от реализации или производства продукции в действующих и сопоставимых ценах; себестоимость продукции в сумме по отношению к объему выручки (в процентном соотношении); коммерческие расходы; прибыль от реализации продукции; прочие доходы и прочие расходы; размер чистой прибыли; рентабельность деятельности; численность работников; производительность труда работников.

Для расчета перечисленных выше показателей необходимо использовать форму № 2 бухгалтерской отчетности «Отчет о



		<p>прибыля и убытка»; б) при исследовании и мущественного состояния организации следует оценить в динамике на основе данных формы № 1 «Бухгалтерский баланс»: - структуру и динамику основных средств; - незавершенного строительства; - оборотных средств; - запасов; - дебиторской задолженности; - эффективность использования ресурсов организации; в) финансовое состояние организации можно проанализировать, используя данные бухгалтерской отчетности (формы № 1-5). Для этого необходимо рассчитать: - показатели финансовой устойчивости; - ликвидности; - платежеспособности; - деловой активности и сравнить их нормативными значениями; Все цифровые материалы следует оформить в виде таблиц, графиков, диаграмм.</p> <p>На основе результатов анализа следует сделать выводы об экономической эффективности деятельности организации и определить основные направления ее повышения.</p> <p>Радел 3. Индивидуальное задание.</p> <p>Реализуемые виды деятельности: организационно-управленческая, научно-исследовательская, аналитическая, педагогическая.</p> <p>Индивидуальное задание связано с оценкой эффективности управленческой деятельности организации и разработкой направлений совершенствования основных проблем, возникающих в ходе осуществления управленческой деятельности организации, вытекающей объектом исследования.</p> <p>Результаты индивидуальной работы должны содержать анализ материалов по проблеме исследования, заявленной в магистерской диссертации, выводы и предложения решения выявленных проблем на данном предприятии.</p> <p>Задание носит индивидуальный характер для каждого студента, так как зависит непосредственно от темы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). К моменту окончания практики студент готовит письменный отчет о выполнении и программы практики объемом 35—40 страниц. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, выполненной в период практики и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики. Оформленный отчет одновременно с заполненными дневниками студента по практике, заверенными руководителем и практики организации, сдается руководителю практики от университета на проверку. Принятый руководителем отчет подлежит защите.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет с оценкой</p>
<b>ФТД.00</b>	<b>Факультативы</b>	
ФТД.01	Социальное предпринимательство	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение теоретических знаний в области социального предпринимательства, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формировании необходимых компетенций.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Факультативы.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p><b>Содержание</b> Предпосылки возникновения социального предпринимательства. Уникальные черты и особенности социального предпринимательства. Социальные идеи. Роль инновации. Выявление возможности. Инструменты оценки возможности. Потенциал социальной ценности. Рыночный потенциал. Потенциал конкурентного преимущества. Потенциал устойчивости. Общий потенциал. Основные варианты организационного дизайна. Чистая некоммерческая форма. Коммерческие организации в чистом виде. Гибриды. Коммерческие организации с некоммерческими подразделениями. Некоммерческие организации с коммерческими подразделениями. Некоммерческие структуры с некоммерческими подразделениями. Партнерства между</p>

		<p>несколькими некоммерческими организациями. Партнерства между некоммерческими и коммерческими структурами., Резюме. Обзор компании. Анализ рынка и потребителей. Управленческая команда. Определение потребностей в капитале для социального предприятия. Стратегия прямого и непрямого финансирования. Процесс принятия инвестиционных решений. Финансирование социальных проектов: подходы, источники и перспективы, Основные задачи развития социального предпринимательства. Будущие потребности в каталитических инновациях для социального влияния. Тенденции развития социального предпринимательства. Модели прорывных социальных предприятий. Основные проблемы роста. Стратегии роста. Социальный франчайзинг. Маркетинг. Нетворкинг. Спонсоринг и фандрайзинг как технологии социального предпринимательства. Кооперативное предпринимательство.</p> <p><b>Форма контроля</b> Зачет</p>
ФТД.02	Инновационный менеджмент	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b> освоение компетенций, необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач в области осуществления инновационной деятельности, проведение анализа готовности и способности организации участвовать в реализации программ организационного развития и изменений, разработка корпоративной стратегии на основе инноваций, выявление особенностей применения технологий инновационного менеджмента на отечественных предприятиях.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b> Факультативы.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b> ПК-1 Способен разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров, управлять брендами и репутацией организации</p> <p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, сущность и содержание инновационного менеджмента.</li> <li>2. Возникновение, становление, развитие и современное состояние инновационного менеджмента.</li> <li>3. Функции и методы инновационного менеджмента и проведение диагностики и мониторинга состояния развития организации</li> </ol> <p>, 1. Сущность нововведений в рыночной экономике.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Целенаправленные нововведения и источники инновационных идей.</li> <li>3. Инновационная инфраструктура: основные составляющие.</li> <li>4. Виды инноваций и их классификационные признаки и умение использовать их в своей профессиональной деятельности.</li> </ol> <p>, 1. Сущность инновационной политики умение использовать ее в своей профессиональной деятельности</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Цели и задачи государственной инновационной политики.</li> <li>3. Государственное регулирование и поддержка инновационных процессов.</li> <li>4. Российское законодательство об инновационной деятельности., 1. Понятие и виды инновационной деятельности.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Развитие конкуренции в научно-технической и инновационной деятельности.</li> <li>3. Управление инновационной деятельностью в фирмах Японии и США.</li> </ol> <p>, 1. Сущность, основные этапы и характеристики процесса инновации. Участники инновационного процесса.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Методы организации инновационного процесса.</li> <li>3. Информационное обеспечение инновационного процесса и умение использовать его в своей профессиональной деятельности., 1. Управление проектом как особый тип управления. Основные функции управляющего проектом.</li> <li>2. Инновационный проект: понятие, основные этапы создания и реализации.Выявление в них наиболее острых социально-трудовых проблем организации</li> <li>3. Методы выбора инновационного проекта для реализации., 1. Стратегический этап инновационного управления.</li> </ol>

		<p>2. Типы и выбор инновационных стратегий.  3. Особенности инновационных стратегий организации в условиях рынка.  , 1. Малые инновационные организации.  2. Внутри- и межфирменные организационные формы инновационной деятельности.  3. Региональные, национальные и транснациональные формы организации инновационной деятельности.  , 1. Сущность и особенности маркетинга инноваций. Виды инновационного маркетинга.  2. Маркетинг технологических нововведений, созданных на производстве.  3. Маркетинг передачи технологий в рамках вертикальной интеграции.  4. Маркетинг инноваций, инициированных потребителем.  , 1. Сущность неопределенности и инновационные риски.  2. Классификация и идентификация рисков.  3. Оценка рисков инновационного проекта.  4. Методы управления рисками инновационной деятельности и их роль в развитии организации.</p> <p><b>Форма контроля</b>  Зачет</p>
ФТД.03	Системы искусственного интеллекта	<p><b>Цели освоения дисциплины (модуля)</b>  сформировать у студентов понимание необходимости разработки и применения интеллектуальных информационных систем как основы интеллектуальных информационных технологий, целесообразности анализа и моделирования когнитивных процессов с системологических позиций; сформировать знания и практические навыки разработки, представления и реализации на ЭВМ инструментальных программных средств, концептуальных моделей проблемной области и программных средств их поддержки.</p> <p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</b>  Факультативы.</p> <p><b>Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)</b>  УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p><b>Содержание</b>  Роль интеллектуальных информационных систем в развитии современного общества.  Гипотеза А. Ньюэлла. Классические постулаты ИИ.  Парадигмы искусственного интеллекта.  Гуманистичность и фундаментальность исследований в области ИИС.  Основные проблемы практики создания интеллектуальных информационных систем., Когнитология. Семиотика.  Психоллингвистика.  Знаковая ситуация.  Моделирование понимания.  Схема понимания знака.  Особенности когнитивных процессов интеллектуальной деятельности человека.  Партитивная модель сенсомоторной активности человека, Семантические сети и классификации.  Естественная классификация.  Фреймы и фреймовые сети.  Продукционные модели и системы.</p>

Логические модели.  
Логика высказываний.  
Логика предикатов.  
Принцип резолюции.  
Онтологии.  
Методы поиска решений.  
Поиск решений в пространстве состояний.  
Поиск методом редукции.  
Эвристический поиск., Экспертные системы.  
Системы поддержки принятия решений.  
Системы приобретения знаний.  
Естественно-языковые системы., Особенности нейросетей.  
Применение нейросетевых технологий.  
Некоторые сведения о мозге.  
Нейроподобные элементы.  
Нейронная сеть.  
Обучение нейронной сети.  
Модели нейронных сетей.  
Нейрокомпьютеры., Генерация литературных произведений.  
Моделирование создания музыкальных произведений.  
Моделирование создания произведений изобразительного искусства.

**Форма контроля**

Зачет