

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

Направление / специальность: **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / специализация: **Маркетинг и управление бизнесом**

Уровень образования: **магистратура**

Год начала подготовки: **2017**

Оглавление

Б1.Б.01 Философские проблемы науки.....	2
Б1.Б.02 Деловые и научные коммуникации	2
Б1.Б.03 Деловой иностранный язык.....	2
Б1.Б.04 Методика и методология научного исследования	3
Б1.Б.05 Подготовка и принятие управленческих решений.....	3
Б1.Б.06 Психология менеджмента.....	4
Б1.Б.07 Организационная культура.....	4
Б1.Б.08 Теория организации и организационное поведение	5
Б1.В.01 Управление поведением потребителей.....	5
Б1.В.02 Стратегический маркетинг и менеджмент	6
Б1.В.03 Организация исследований в системе стратегического маркетинга	6
Б1.В.04 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований	6
Б1.В.05 Управление маркетинговыми коммуникациями	7
Б1.В.06 Психология интегрированных маркетинговых коммуникаций	7
Б1.В.07 Маркетинг инноваций	8
Б1.В.08 Практика управления портфелем бизнесов компании	8
Б1.В.09 Организация и управление продажами.....	8
Б1.В.ДВ.01.01 Международный маркетинг.....	9
Б1.В.ДВ.01.02 Прогнозирование спроса на товарных рынках	9
Б1.В.ДВ.02.01 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текстов	9
Б1.В.ДВ.02.02 Лингвистическое обеспечение маркетинга	10
Б1.В.ДВ.03.01 Управление интернет-технологиями в маркетинге.....	10
Б1.В.ДВ.03.02 Управление МЛМ-технологиями.....	11
Б1.В.ДВ.04.01 Рекламный маркетинг	11
Б1.В.ДВ.04.02 Кросскультурные коммуникации в маркетинге	11
Б1.В.ДВ.05.01 Бренд-менеджмент	12
Б1.В.ДВ.05.02 Корпоративная айдентика.....	12
Б1.В.ДВ.06.01 Проектирование торгового пространства и формирование системы мерчандайзинга	12
Б1.В.ДВ.06.02 Внутренний маркетинг.....	13
Б1.В.ДВ.07.01 Управление рисками в маркетинговой деятельности	13
Б1.В.ДВ.07.02 Выставочное дело	14
Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	14
Б2.В.02(П) Научно-исследовательская работа	14
Б2.В.03(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.....	15
Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика	15
Б3.Б.01(Г) Государственный экзамен	15
Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы	16
ФТД.01 Теория аргументации	16
ФТД.02 Маркетинг услуг	17

Б1.Б.01 Философские проблемы науки

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Тематический план:

Раздел 1. Предмет философии науки

Тема 1.1. Предмет и основные проблемы философии науки

Раздел 2. Структура научного познания

Тема 2.1. Три способа бытия науки: знания, деятельность, социальный институт

Тема 2.2. Основные концепции современной философской науки

Тема 2.3 Структура и уровни научного знания

Тема 2.4 Наука как социальный институт

Б1.Б.02 Деловые и научные коммуникации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

Тематический план:

Раздел 1 Общая теория коммуникации

Тема 1.1 Коммуникация как социальное явление и процесс

Тема 1.2. Коммуникативная компетентность: методы оценки и развития

Раздел 2 Деловые и научные коммуникации в профессиональной сфере

Тема 2.1 Деловая коммуникация как разновидность специализированной коммуникации

Тема 2.2 Научная коммуникация как разновидность специализированной коммуникации

Б1.Б.03 Деловой иностранный язык

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1,2.

Форма промежуточного контроля: зачет, экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

Тематический план:

Раздел 1. Образовательный уровень и профессиональная квалификация магистранта
Тема 1.1. Направление и специализация профессиональной подготовки магистранта
Тема 1.2. Выбор карьерной траектории
Раздел 2 Организационная культура современной многонациональной компании
Тема 2.1 Мультикультурализм и многообразие современных МНК
Тема 2.2 Лидерство в управлении бизнесом
Раздел 3 Управление компанией
Тема 3.1 Функции управления
Тема 3.2 Структура управления
Раздел 4 Коммуникативная среда компании
Тема 4.1 Виды и каналы коммуникации в кросс-культурной деловой среде
Тема 4.2 Управление бизнес-коммуникациями
Раздел 5 Деловые переговоры: стратегии и тактики
Тема 5.1 Переговорный процесс в международном бизнесе
Тема 5.2 Факторы успеха и неудач в реализации проекта
Раздел 6 Управления рисками
Тема 6.1 Виды рисков
Тема 6.2 Стратегии управления рисками

Б1.Б.04 Методика и методология научного исследования

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

Тематический план:

Раздел 1. Основы научно-исследовательской деятельности

Тема 1.1. История науки. Этапы и периоды развития науки

Тема 1.2. Тенденции развития науки. Понятие научной революции

Раздел 2. Методологические основы научных исследований

Тема 2.1. Принципы научного исследования

Тема 2.2. Методологический аппарат научного исследования

Тема 2.3. Этапы научного исследования

Раздел 3. Планирование и организация научных исследований

Тема 3.1. Дизайн исследования. Теоретический и эмпирический уровни исследования. Структура исследования

Тема 3.2. Алгоритм научного исследования

Тема 3.3. Подготовка и оформление диссертации. Публикация и защита диссертационного исследования

Б1.Б.05 Подготовка и принятие управленческих решений

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

Тематический план:

Тема 1. Функции решений в системе управления

Тема 2. Методология и организация процесса разработки управленческих решений

Тема 3. Разработка альтернатив действий

Тема 4. Анализ альтернатив действий

Тема 5. Математические методы принятия решений

Тема 6. Коллективное принятие решений

Тема 7. Выбор лучшего решения: процедуры согласования и утверждения решения

Тема 8. Реализация решения и контроль его исполнения

Тема 9. Влияние человеческого фактора и внешней среды на процесс принятия решений

Б1.Б.06 Психология менеджмента

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Тематический план:

Тема 1. Формирование группового поведения в организации

Тема 2. Лидерство и стиль руководства

Тема 3. Управление конфликтами и переговорами

Тема 4. Стресс в трудовой деятельности

Б1.Б.07 Организационная культура

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Тематический план:

Раздел 1. Теоретические и методологические основы исследования организационной культуры

Тема 1.1. Современные теоретические представления об организационной культуре

Тема 1.2. Структура и функции организационной культуры

Тема 1.3. Организационные субкультуры
Тема 1.4. Проблема типологии организационных культур
Раздел 2. Основы диагностики и управления развитием организационной культуры
Тема 2.1. Методы анализа организационной культуры
Тема 2.2. Принципы и факторы формирования организационной культуры
Тема 2.3. Методы формирования и поддержания организационной культуры
Тема 2.4. Проблемы изменения организационной культуры
Тема 2.5. Управление развитием организационной культуры

Б1.Б.08 Теория организации и организационное поведение

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Тематический план:

Раздел 1. Теория организации

Тема 1.1. Организации и организационная теория

Тема 1.2. Структура, законы и принципы организации

Тема 1.3. Типы (модели) организаций

Раздел 2. Организационное поведение

Тема 2.1. Научная основа организационного поведения

Тема 2.2. Поведение личности в организации

Тема 2.3. Групповое и организационное поведение как объект управления

Б1.В.01 Управление поведением потребителей

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 144

в зачетных единицах – 4

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Тема 1. Жизненный стиль как основа процесса потребительского решения

Тема 2. Обработка информации потребителем

Тема 3. Обучение потребителей и позиционирование продукта

Тема 4. Мотивация потребителя как основа управления потребительским поведением

Тема 5. Формирование покупательского поведения

Б1.В.02 Стратегический маркетинг и менеджмент

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

Тематический план:

Тема 1. Стратегический маркетинг и менеджмент как современная концепция современного управления

Тема 2. Управление стратегическим маркетингом

Тема 3. Базовые стратегии роста предприятия

Тема 4. Анализ маркетинговых возможностей

Тема 5. Оценка и выбор целевых рынков

Тема 6. Разработка концепции позиционирования

Тема 7. Оценка конкурентных позиций предприятия. Разработка конкурентных стратегий

Тема 8. Концепция жизненного цикла товара в разработке маркетинговых стратегий

Тема 9. Применение матричных методов в стратегическом анализе

Тема 10. Пути реализации маркетинговых стратегий

Б1.В.03 Организация исследований в системе стратегического маркетинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Тема 1. Концепция стратегического маркетинга

Тема 2. Типология стратегий

Тема 3. Стратегическая рыночная информация

Тема 4. Характеристика маркетингового исследования

Тема 5. Основные виды маркетинговых исследований

Тема 6. Полевое маркетинговое исследование

Б1.В.04 Обработка и анализ информации маркетинговых исследований

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 180

в зачетных единицах – 5

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: курсовая работа, экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

Тематический план:

Тема 1. Подготовка к анализу данных. Описательная статистика.

Тема 2. Анализ взаимосвязей переменных.

Тема 3. Анализ взаимосвязей качественных и количественных переменных.

Тема 4. Использование моделей регрессионного анализа.

Тема 5. Исследование структуры данных с помощью факторного анализа.

Тема 6. Кластерный анализ данных.

Б1.В.05 Управление маркетинговыми коммуникациями

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

Тематический план:

Тема 1. Коммуникационный процесс

Тема 2. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций

Тема 3. Стратегические решения в коммуникационной политике организаций

Тема 4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 6. Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 7. Прямой маркетинг и личные продажи

Тема 8. Фирменный стиль, бренд и брендинг

Тема 9. Выставки и ярмарки

Тема 10. Нестандартные виды маркетинговых коммуникаций

Тема 11. Интегрированный подход к маркетинговым коммуникациям

Тема 12. Планирование и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций

Б1.В.06 Психология интегрированных маркетинговых коммуникаций

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

- Тема 1. Общепсихологические модели и реклама.
Тема 2. Психология восприятия рекламы
Тема 3. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения.
Тема 4. Анализ мотивов и его использование в рекламе
Тема 5. Психологическое воздействие на потребителя и его механизмы
Тема 6 Проблема психологической экспертизы рекламы и оценка ее эффективности.

Б1.В.07 Маркетинг инноваций

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

Тема 1. Предметная область маркетинга инноваций

Тема 2. Характеристика рынка инноваций

Тема 3. Инструменты маркетинга инноваций на предприятии

Тема 4. Маркетинговые исследования инновационных продуктов

Тема 5. Маркетинг высокотехнологичного товара и коммерциализация инноваций

Б1.В.08 Практика управления портфелем бизнесов компании

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. Стратегия межфирменных взаимодействий.

Тема 2. Анализ и модели управления портфелем межфирменных взаимодействий.

Тема 3. Интеграция и диверсификация как части корпоративных стратегий. Слияния и поглощения.

Тема 4. Корпоративная реорганизация.

Тема 5 Аутсорсинг и оффшоринг.

Б1.В.09 Организация и управление продажами

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. Сбытовая деятельность в бизнес-модели организации

Тема 2. Планирование и реализация сбытовой деятельности.

Тема 3. Организация отдела продаж

Тема 4. Организация, мотивация и оценка работы торгового персонала

Тема 5. Сбытовая деятельность на рынке интернет-продаж

Б1.В.ДВ.01.01 Международный маркетинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. Сущность международного маркетинга

Тема 2. Информационное обеспечение международной маркетинговой деятельности.

Тема 3. Сегментация и позиционирование на международных рынках

Тема 4. Комплекс международного маркетинга

Тема 5. Конкурентоспособность на международных рынках

Б1.В.ДВ.01.02 Прогнозирование спроса на товарных рынках

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. Спрос как экономическая категория

Тема 2. Товар как маркетинговая категория

Тема 3. Производственная и сбытовая политики организации

Тема 4. Прогнозирование на основе вторичных данных

Тема 5. Прогнозирование на основе первичных данных

Тема 6. Экспертные методы прогнозирования

Б1.В.ДВ.02.01 Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текстов

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Тематический план:

Тема 1. Лингвистическая прагматика: проблемы и теории.

Тема 2. Дейксис. Теория референции.

Тема 3. Предложение: модус, диктум, модальность.

Тема 4. Экспликация актуального значения.

Тема 5. Теория аргументации. Теория коммуникации.

Б1.В.ДВ.02.02 Лингвистическое обеспечение маркетинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Тематический план:

Тема 1. Лингвистический подход к коммуникации.

Тема 2. Теория воздействующего текста.

Тема 3. Логическая лингвистика и нормы речи.

Тема 4. Смысловой аспект лингвистики.

Тема 5. Грамматический аспект лингвистики.

Б1.В.ДВ.03.01 Управление интернет-технологиями в маркетинге

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Тема 1. Интернет-маркетинг как объект научного исследования

Тема 2. Основы сайтостроения предприятия

Тема 3. Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем

Тема 4. Реклама в сети интернет

Тема 5. Использование социальных сетей в маркетинге

Тема 6. Электронная почта как инструмент маркетинга

Тема 7. Партизанский маркетинг в сети интернет

Тема 8. План маркетинга в сети интернет

Б1.В.ДВ.03.02 Управление MLM-технологиями

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Тема 1. Многоуровневая маркетинговая система: понятие и характеристика.

Тема 2. Бизнес-лидерство.

Тема 3. Организация командной работы и нормативная база компании MLM

Тема 4. Коммуникативные технологии в прямом и сетевом маркетинге.

Тема 5. Психолого-управленческие аспекты прямого и сетевого маркетинга

Б1.В.ДВ.04.01 Рекламный маркетинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Тема 1. Место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Тема 2. Марочная ассоциация

Тема 3. Рекламный маркетинг. Определение основных терминов.

Тема 4. Теория позиционирования. Система способов позиционирования.

Тема 5. Коммуникационная стратегия

Тема 6. Творческие приемы в рекламе

Б1.В.ДВ.04.02 Кросскультурные коммуникации в маркетинге

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Тематический план:

Раздел 1. Национальная и этническая культура в глобальном мире

Тема 1. Типология культуры: параметры измерения и анализа

Тема 2. Этническая и культурная идентичность в современном мире, этнокультурные и социальные аспекты глобальных мировых процессов

Раздел 2. Кросс-культурная коммуникация в профессиональной сфере

Тема 3. Межкультурная коммуникация и коммуникативная компетентность специалиста

Тема 4. Кросс-культурная коммуникация в сфере рекламы и связей с общественностью

Б1.В.ДВ.05.01 Бренд-менеджмент

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. История бренд-менеджмента. Основные характеристики бренда, структура, классификация

Тема 2. Содержание и атрибуты бренда

Тема 3. Маркетинговые исследования бренда

Тема 4. Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом

Тема 5. Правовые основы бренд-менеджмента

Тема 6. Планирование и контроль эффективных бренд-коммуникаций

Б1.В.ДВ.05.02 Корпоративная айдентика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Тематический план:

Тема 1. Основные понятия корпоративной айдентики

Тема 2. Товарный знак и логотип как элементы фирменного стиля

Тема 3. Слоган как элемент фирменного стиля

Тема 4. Шрифт как элемент фирменного стиля

Тема 5. Цвет как элемент фирменного стиля

Тема 6. Средства идентификации компании, содержащие элементы фирменного стиля

Б1.В.ДВ.06.01 Проектирование торгового пространства и формирование системы мерчандайзинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

Раздел 1 Основы мерчандайзинга

Тема 1. Система и стандарт мерчандайзинга

Тема 2 Правила мерчандайзинга

Раздел 2 Проектирование торгового пространства

Тема 3. Планировка торгового зала, методы, коэффициенты планировки

Тема 4. Представление товаров в торговом зале: виды, методы и приемы выкладки

Раздел 3 Атмосфера торгового зала

Тема 5. Реклама на месте продаж.

Тема 6. Цвет, свет, звуки, ароматы в мерчандайзинге

Б1.В.ДВ.06.02 Внутренний маркетинг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 2.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

Раздел 1 Место внутреннего маркетинга в обеспечении эффективной деятельности предприятия

Тема 1. Концепция внутреннего маркетинга

Тема 2 Комплекс внутреннего маркетинга

Раздел 2 Внутренние целевые аудитории

Тема 3. Сегментация внутренних целевых аудиторий

Тема 4. Определение мотивационных стратегий для конкретных целевых аудиторий.

Раздел 3 Каналы и инструменты внутренних коммуникаций

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: комплексность и выбор.

Тема 6. Прямые (персонифицированные) коммуникации, диджитал коммуникации и new media

Б1.В.ДВ.07.01 Управление рисками в маркетинговой деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

Тема 1. Сущность, классификация, идентификация и анализ рисков, их роль и место в маркетинговой деятельности.

Тема 2. Методические аспекты управления рисками в маркетинговой деятельности.

Тема 3. Мониторинг внешней и внутренней среды в менеджменте риска.

Тема 4. Стратегии риск - менеджмента по осуществлению результативной деятельности компании.

Тема 5. Организация управления рисками в компаниях.

Б1.В.ДВ.07.02 Выставочное дело

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Тематический план:

Тема 1. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

Тема 2. Экспобизнес на современном этапе

Тема 3. Подготовка к участию в выставке

Тема 4. Выставочная стадия: работа персонала на выставке

Тема 5. Экономические аспекты выставочной деятельности

Тема 6. Оценка эффективности участия в выставке

Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 3.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Б2.В.02(П) Научно-исследовательская работа

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 648

в зачетных единицах – 18

Семестр освоения: 2,3,4,5,6.

Форма промежуточного контроля: зачет,зачет,зачет,зачет,зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

Б2.В.03(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 432

в зачетных единицах – 12

Семестр освоения: 5.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 324

в зачетных единицах – 9

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Б3.Б.01(Г) Государственный экзамен

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 108

в зачетных единицах – 3

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 216

в зачетных единицах – 6

Семестр освоения: 6.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

СПК-2 способностью руководить деятельностью организации в области разработки и реализации программы маркетинга по элементам маркетингового комплекса

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ФТД.01 Теория аргументации

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 36

в зачетных единицах – 1

Семестр освоения: 1.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Тематический план:

Раздел 1. Структура аргументации

Тема 1.1. Аргументация как рациональная форма убеждения

Раздел 2 Аргументация как феномен культуры

Тема 2.1. Понятие понимания

Тема 2.2 Историко-культурные контексты понятия истины.
Раздел 3 Вопросно-ответная процедура в аргументации
Тема 3.1 Феномен вопроса как фундаментальный аспект понимания.
Тема 3.2 Функции ответа как медиатора коммуникации.
Тема 3.3 Структурная природа диалога.
Раздел 4 Логическая герменевтика и философия аргументации
Тема 4.1 Эволюция понятия интерпретации
Раздел 5 Абстракция в аргументации.
Тема 5.1. Аргументационное пространство по Фреге.
Тема 5.2 Девиантные формы аргументации.

ФТД.02 Маркетинг услуг

Общая трудоемкость освоения дисциплины:

в академических часах – 72

в зачетных единицах – 2

Семестр освоения: 4.

Форма промежуточного контроля: зачет

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

СПК-1 способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам маркетингового комплекса организации

Тематический план:

Тема 1. Рынок услуг, особенности его формирования и функционирования

Тема 2. Особенности комплекса маркетинга на предприятиях сферы услуг

Тема 3. Ценовая политика в маркетинге услуг

Тема 4. Коммуникативная политика в маркетинге услуг

Тема 5. Конкуренция и конкурентоспособность услуг