

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Философия»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 час.), практические занятия (34 час.), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Мировоззрение и его историко-культурный характер, типы мировоззрения. Философия как исторический тип мировоззрения. Философия и миф, философия и религия, философия и наука. Предмет и методы философии. Основной вопрос философии. Функции философии.

Общие закономерности и отличия древневосточной и античной философии. Античная философия: этапы, проблематика, направления и школы. Средневековая философия: патристика и схоластика. Философия Возрождения. Философия Нового времени. Классическая немецкая философия. Постклассическая философия. Русская философия.

Картины мира: обыденная, религиозная, философская, научная. Бытие и небытие.

Основные виды и концепции бытия. Объективная и субъективная реальность. Бытие, субстанция, материя, природа. Бытие вещей. Движение, пространство, время. Проблема жизни, ее конечности и бесконечности, уникальности и множественности во Вселенной.

Сознание и познание. Субъект и объект познания. Познавательные способности человека. Знание и понимание. Знание и вера. Уровни и формы познания. Проблема истины в познании и ее исторические виды.

Наука как вид духовного производства, ее отличие от других видов деятельности. Аспекты бытия науки: генерация нового знания, наука как социальный институт, особая сфера культуры. Идеалы, нормы и критерии

научного познания в истории человеческой культуры. Этапы исторического развития науки. Уровни, методы и формы научного познания. Эмпиризм и рационализм в научном познании. Понятие парадигмы. Специфика социального познания.

Происхождения и сущность человека: объективистские и субъективистские концепции. Природа и сущность человека. Биологическое и социальное в человеке.

Специфика человеческой деятельности. Многомерность человека. Человек. Индивид. Личность.

Личность в системе культуры. Смысл жизни и понятие судьбы. Жизнь смерть, бессмертие.

Ценность как способ освоения мира человеком. Типология ценностей. Ценность и оценка. Нравственные ценности и их иерархия в философии. Проблема изменения нравственных ценностей. Эстетические ценности и эволюция эстетического идеала. Религиозные ценности. Понятие свободы совести. Представление о совершенном человеке как ценностный идеал в различных культурах.

Философское понимание общества и его истории. Общество как саморазвивающаяся система и его структура. Общество и природа. Проблемы экологии. Гражданское общество и правовое государство. Культура и цивилизация. Многовариантность исторического развития. Основные концепции философии истории.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «История»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические занятия (*34 часа*), самостоятельная работа обучающегося составляет 112 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. *Исторический процесс как объект исследования исторической науки. История в системе социально-гуманитарных наук. История России – неотъемлемая часть всемирной истории: общее и особенное в историческом развитии. Основы методологии исторической науки.*

2. *Особенности становления государственности в России и мире. Разные типы общностей в догосударственный период. Восточные славяне в древности VIII–XIII вв. Русские земли в XIII–XV веках и европейское средневековье.*

3. *Новая и новейшая история России и Европы . Россия в XVI–XVII веках в контексте развития европейской цивилизации. Россия и мир в XVIII – XIX веках: попытки модернизации и промышленный переворот. Россия и мир в XX веке. Россия и мир в XXI веке*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Микроэкономика»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 76 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в микроэкономику. Основы рыночного хозяйства. Рынок: сущность, функции, и основные черты. Основы теории спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения. Поведение потребителя и потребительский выбор. Предприятие в экономике, издержки предприятия.

Результаты деятельности предприятия: продукт, выручка и прибыль. Типология рыночных структур: совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Рынки факторов производства: рынок труда, рынок капитала, рынок земли. Выбор в условиях неопределенности результата. Внешние эффекты, общественные блага и теория общественного выбора.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Иностранный язык»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зач. единиц, 252 часа, форма промежуточной аттестации – 3,3,Э (зачет, экзамен).

Программой дисциплины предусмотрены практические (102 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 150 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1	Value of education
2	Live and learn
3	City traffic
4	Scientists
5	Inventors and their inventions
6	Modern cities
7	Architecture
8	Travelling by car
9	Water transport
10	Telecommunications
11	High-tech startups
12	New technologies

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные *17 часов*, практические *17 часов*, лабораторные занятия *17 часов*, самостоятельная работа обучающегося составляет *57 часов*.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Введение в безопасность. Основные понятия и определения.
2. Человек и техносфера.
3. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.
4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения.
5. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека.
6. Психофизиологические и эргономические основы безопасности
7. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации
8. Управление безопасностью жизнедеятельности.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Правоведение»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа, форма промежуточной аттестации – *зачет*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия 17 часов, практические занятия 17 часов, самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Система прав и свобод человека и гражданина.

Понятие государства. Понятие права и нормы права. Источники российского права. Правовое государство. Отрасли права.

Правонарушение и юридическая ответственность. Правопорядок, законность. Правовое сознание. Правовая культура и правовое воспитание граждан.

Понятие и значение правомерного поведения. Правонарушение: проступок и преступление. Виды юридической ответственности. Условия применения юридической ответственности.

Понятие и сущность Конституции РФ. Основы конституционного строя России.

Система основных прав и свобод человека и гражданина. Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации: Президент, Федеральное Собрание, Правительство, судебная власть.

Понятие гражданского права как отрасли права. Гражданское правоотношение. Субъекты гражданского права. Право собственности. Гражданско-правовой договор. Наследственное право.

Понятие семейного права. Порядок и условия заключения и расторжения брака. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.

Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

Трудовые правоотношения. Трудовой договор. Рабочее время и время отдыха. Оплата труда. Охрана труда. Трудовая дисциплина. Ответственность за нарушение трудового законодательства.

Административные правонарушения и административная ответственность в профессиональной деятельности.

Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений в профессиональной деятельности.

Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации в профессиональной деятельности. Государственная тайна.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Социология и психология»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа, форма промежуточной аттестации – *зачет*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (17 часов), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Общество как социокультурная система. Социальные институты и организации.
2. Социальная группа как предмет социологии и психологии.
3. Личность как категория социологии и психологии.
4. Социология и психология общения.
5. Социальные и психологические аспекты принятия решений.
6. Формирование социально-психологического климата в коллективе.
7. Конфликты и технологии их разрешения.
8. Формирование и развитие организационной культурой предприятия.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Физическое воспитание»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов) и практические (34 часа) занятия, самостоятельная работа обучающегося составляет 21 час.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Основы здорового образа жизни студента.
2. Биологические основы физической культуры. Двигательная активность в обеспечении здоровья.
3. Средства физической культуры в регулировании работоспособности организма студента.
4. Основные понятия и содержание физической культуры и физического воспитания.
5. Основы самостоятельных занятий физической культуры и спортом. Профилактика травматизма.
6. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.
7. Спорт. Характеристика его разновидностей и особенности организации.
8. Студенческий спорт, особенности его организации.
9. Олимпийские игры.
10. Спорт в Белгородской области.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Физическая культура»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины 340 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены практические (340 часов) занятия.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Легкая атлетика
2. Спортивные игры (волейбол и баскетбол)
3. Подвижные игры
4. Плавание
5. ОФП (общая физическая подготовка) и ППФП (профессионально-прикладная физическая подготовка)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Математика»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зач. единиц, 396 часов, форма промежуточной аттестации – *диф. зачет, диф. зачет, экзамен.*

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*102 часа*), практические (*68 часа*), самостоятельная работа обучающегося составляет 226 часов.

Предусмотрено выполнение РГЗ в каждом семестре.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Матрицы и определители.
2. Системы линейных уравнений.
3. Векторы.
4. Элементы аналитической геометрии.
5. Множества.
6. Элементы математической логики.
7. Пределы.
8. Дифференцирование функций одной переменной.
9. Неопределенный интеграл.
10. Определённый интеграл.
11. Функции нескольких переменных.
12. Обыкновенные дифференциальные уравнения.
13. Ряды.
14. Ряды Фурье.
15. Двойные интегралы.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины « Базовые информационно -коммуникационные технологии »

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 *часов*), лабораторные (34 *часа*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Этапы развития и основные понятия информационных технологий.

Технология подготовки деловой документации в среде MS Word.

Компьютерные модели решения функциональных и вычислительных задач в среде табличного процессора MS Excel.

Общие технологии работы в среде MS Power Point и MS Publisher.

Основы проектирования баз данных в СУБД MS Access.

Компьютерные сети – основные сведения.

Защита информации и информационная безопасность.

Коммерческая деятельность в глобальных компьютерных сетях.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Экономические основы технологического развития»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа) и практические (17 часов) занятия, самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Основные понятия и определения предмета. Технология в историческом аспекте. Связь технологии с экономикой. Технологические уклады (циклы) Н. Д. Кондратьева.

Научно-техническая революция (НТР). Взаимодействие технологии и экономики. Конкуренция как движущая сила инновационной деятельности. Типа производств, их характеристика.

Производственный и технологический процессы. Классификация технологических процессов. Пути и закономерности развития технологических процессов. Основные технико-экономические показатели технологических процессов. Оптимизация технологических процессов.

Два основных направления совершенствования технологических процессов (эволюционный и революционный пути совершенствования).

Себестоимость и качество продукции как основные технико-экономические показатели технологического процесса. Структура себестоимости продукции и необходимость ее анализа. Показатели качества продукции.

Технологические системы. Их структура, свойства и классификация. Их технико-экономический уровень. Закономерности развития технологических систем. Особенности развития технологических систем на уровне предприятия и отрасли. Основные технологические процессы базовых отраслей народного хозяйства.

Технологический прогресс и экономическое развитие. Роль НТР в технологическом развитии. Новые материалы и новые технологии. Новые источники энергии. Понятие НТР. Ее основные черты и составные части. Понятие технологической революции. Приоритетные направления научно-технического прогресса (НТП) в области развития технологии

Выбор приоритетных направлений технологического развития. Показатели технологического уровня и эффективности новой техники и технологии: коэффициенты обновления и выбытия техники, средний возраст и срок службы оборудования, фондоотдача, материалоемкость, рост производительности труда.

Обобщающие показатели: экономический эффект и экономическая эффективность, методика их расчета. Сравнение вариантов по приведенным затратам. Способы приобретения новых технологий. Виды лицензий. Определение цены технологии. Паушальная сумма и роялти.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Маркетинг»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зач. единиц, 252 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часов), практические (51 час), самостоятельная работа обучающегося составляет 167 часов.

В соответствии с учебным планом имеется курсовая работа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Социальные основы маркетинга. Предмет «Маркетинг» и его задачи. Эволюция маркетинга и его концепций. Категории маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Виды маркетинга. Основные составляющие комплекса маркетинга. Современные подходы к маркетингу и его проблемы.

Маркетинговые исследования. Методология маркетингового исследования. Организация и планирование проведения исследования. Преимущества и недостатки, условия использования различных методов маркетингового исследования. Виды опросов.

Конъюнктура и ее показатели. Процедура конъюнктурного исследования. Показатели общехозяйственной конъюнктуры. Направления исследования и оценки рыночной конъюнктуры. Емкость рынка и методы ее оценки. Факторы, влияющие на емкость рынка.

Товар в системе маркетинга фирмы. Сущность и направления анализа товара, требования, предъявляемые к товару, классификация товаров в целях маркетинга. Жизненный цикл товара и характеристика его этапов. Понятие товара-новинки и этапы его разработки, категории потребителей по степени восприятия нового товара.

Анализ конкуренции на рынке. Факторы конкуренции и направления их изучения. Анализа конкурентных стратегий фирм на рынке, анализа конкурентных позиций, изучение конкурентной структуры рынка. Оценка конкурентоспособности фирм и их товаров, определение собственного потенциала фирмы.

Анализ потребителей и сегментирование рынка. Модели анализа потребителей. Типы покупательского поведения. Понятие сегментирования рынка, стратегии охвата рынка, основные принципы и порядок осуществления сегментации. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Приемы позиционирования товара на рынке, формирование матрицы позиционирования.

Стратегическое планирование маркетинга. Понятие и содержание маркетинговой стратегии. Порядок стратегического планирования, определение миссии и целей фирмы, оценка стратегического потенциала бизнеса (ов) компании, методология SWOT-анализа. Виды рыночных стратегий, оборонительная стратегия и её характеристика, наступательная стратегия, стратегия сохранения позиций, действия предприятия при выборе одной из стратегий, оценка эффективности стратегии.

Принципы формирования товарной политики фирмы. Решения, касающиеся производственной программы и ассортимента продукции, методы анализа товарного ассортимента, оценка широты, глубины, гармоничности ассортимента. Маркировка товара и её значение, этикетки, ярлыки, штрих-коды. Функции и требования, предъявляемые к упаковке. Марочная политика фирмы, методы оценки стоимости марки. Гарантии и сервисное обслуживание клиентов.

Ценовая политика предприятия. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии, виды цен. Ценовые стратегии и их экономическая характеристика, основные этапы установления цены. Методы установления цены, принципы обеспечения безубыточности предприятий, определение цен, ориентированных на конкурентов, эффективность ценовых скидок.

Сбытовая политика организации. Задачи товародвижения, сущность каналов распространения, функции товародвижения, виды каналов распространения товаров. Критерии выбора каналов распространения. Оценка эффективности форм и методов сбыта, посредники и их организационно-экономическая характеристика.

Коммуникационная политика организации. Сущность и содержание маркетинговых коммуникаций, порядок планирования коммуникационной деятельности фирмы, определение расходов на продвижение. Реклама и её виды, метода стимулирования сбыта и их эффективности в различных рыночных условиях, методы организации персональных продаж, публичных рилейшнз и её роль в формировании устойчивых конкурентных преимуществ фирмы. Оценка эффективности продвижения.

Управление маркетингом на предприятии. Функциональная, товарная и товарно-функциональная структуры управления маркетингом. Преимущества и недостатки структур, функции управления маркетингом. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности на предприятии. Контроль и ревизия маркетинга, контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «История управленческой мысли»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зачетные единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа) и практические (17 часов) занятия, самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Современные подходы к управлению организациями. Развитие концепций и методов управления. Административный подход. Гуманистический подход. Системный и ситуационный подходы. Целевое управление. Роль и значение метафор в науках об организации и управлении. Вызовы будущего современным организациям. Парадигмы управления как категории описания действительности. Эластичность организации.

Концепции управления, ориентированные на качество и процессы. Современные концепции управления качеством. Процессное управление. Концепция ТВМ и kaizen. Реинжиниринг бизнес-процессов. Бережливое производство. Аутсорсинг. Бенчмаркинг. Управление отношения с клиентами. Концепция маркетинга.

Концепции управления, ориентированные на человека. Стратегическое управление человеческими ресурсами. Управление способностями и развитием. Концепции власти и лидерства. Принятие управленческих решений в организациях. Концепция организационной культуры. Концепция организационной заангажированности. Концепция общественной ответственности организации.

Концепции управления, ориентированные на знания. Управление знаниями. Обучающаяся организация. Сетевая организация. Виртуальная организация. Управление компетенциями.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Экономика отраслевых рынков»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа, форма промежуточной аттестации – диф. зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Исторические корни и предпосылки возникновения отраслевых рынков.

Концентрация: теория и измерение.

Потенциальная конкуренция и барьеры входа на рынок.

Особенности функционирования отраслей естественных монополий.

Стратегическое взаимодействие фирм в теории и на практике.

Модели поведения фирм на рынке монополистической конкуренции.

Ценовая дискриминация.

Вертикальная интеграция и диверсификация.

Структура рынка и реклама.

Информация и проблемы функционирования рынков.

Практика реального функционирования отраслевых рынков и проблемы государственного регулирования.

Особенности промышленности строительных материалов (ПСМ) как комплекса отраслей.

Ценообразование на рынке ПСМ.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Теория организации и системный анализ»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа) и практические (17 часов) занятия, самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Системность как объект исследования. Становление системного подхода. Теория организации и смежные области научных знаний. Соотношение между теорией организации, теорией систем, кибернетикой, праксеологией, синергетикой. Системный анализ.

Понятие «система» и его становление. Понятия, характеризующие строение и функционирование системы: элементы, компоненты, подсистемы, связи, структура, свойства, цель, функции, характеристики, состояние, среда, процесс функционирования системы, алгоритм функционирования, эффективность процесса.

Классификация систем. Свойства систем. Понятие зависимости, закона и закономерности. Законы общие и специфические, объективные и субъективные. Особенности социальных законов. Закон синергии. Закон самосохранения. Закон развития. Закон структурной устойчивости (закон наименьших). Закон информированности-упорядоченности. Закон композиции и пропорциональности (закон гармонии). Закон единства анализа и синтеза. Специфические законы социальной организации. Закономерности: закономерность историчности, закономерность энтропийного динамического равновесия, закономерность колебательности и цикличности функционирования систем, закономерности осуществимости системы, закономерность потенциальной эффективности, закономерность зависимости потенциала системы от характера взаимодействия структурных элементов, фоновая закономерность, закономерность (закон) необходимого разнообразия, теорема Эшби.

Роль организации в жизни современного общества. Определение понятия организации. Формирование и развитие теории организации. Организация как система. Типология организаций. Организация как процесс. Организация как социум. Основные модели организаций. Зависимое состояние организации от этапов жизненного цикла. Понятие принципа организации, Классификация принципов организации.

Принципы статической организации (структуризации). Принципы динамической организации (процессности). Принципы рационализации.

Общая характеристика процесса самоорганизации. Самоорганизация как источник порядка и развития систем. Отличия и сходства социальной и биологической эволюции.

Взаимодействие самоорганизации и организации в социальной эволюции. Естественнонаучные начала синергетики. Синергетическая концепция самоорганизации.

Социальная организация. Классификация социальных организаций. Эволюция социально-экономических систем.

Хозяйственные организации. Классификация и особенности хозяйственных организаций.

Структура системы. Ее основные характеристики. Сетевые структуры. Иерархические структуры. Организационная структура и ее характеристики.

Принципы формирования организационной структуры. Виды и формы организационных структур. Проектирование в системе организационных отношений. Организационный проект и его составляющие. Методы проектирования организационных структур.

Закономерности формирования и развития организации. Объективные и субъективные основы формирования организаций. Виды эмерджентных свойств организации. Закономерности взаимодействия части и целого в организации: интегративность, коммуникативность, иерархичность.

Закономерности целеобразования. Формирование структур целей в иерархических структурах «древовидного» типа. Потенциальная эффективность организации.

Закономерности развития организации. Жизненный цикл организации, его основные этапы.

Сущность и принципы организационных преобразований: вариации, естественный отбор, удержание и рассредоточение, борьба за существование.

Адаптация организации к внутренним и внешним воздействиям. Виды адаптации. Факторы развития организации. Взаимодействие и противоречие факторов. Пределы роста и развития организаций.

Механизмы организационного развития: понятие, сущность, пути совершенствования.

Культура как продукт цивилизации. Идеальные и материальные носители культуры. Понятие и сущность организационной культуры. Социокультурное пространство организации. Формы и уровень развития культуры. Функции организационной культуры. Организационная культура и цели организации.

Доминирующая культура и субкультуры.

Классификация организационных культур: по силе, динамичности, активности, степени ориентированности, открытости, степени зависимости от действий отдельных лиц, приоритетности интересов. Механизм передачи организационной культуры, средства передачи. Факторы, влияющие на выбор культуры организации.

Понятие системного анализа. Задачи и методы системного анализа. Понятие и структура системного анализа: декомпозиция, анализ, синтез. Применение математических методов в исследовании систем.

Принципы системного анализа. Понятие и принципы оценки сложных систем. Показатели и критерии оценки сложных систем.

Задачи оценки сложных систем: ранжирования, классификации, численной оценки, парного сравнения. Принципы оценки сложных систем.

Шкалы измерений. Количественные шкалы: абсолютная шкала, шкала отношений, шкала интервалов, шкала разностей.

Шкалы количественных измерений: номинальная шкала, шкала порядка (ранговая).

Критерии оценки систем. Показатели: частные, обобщенные, интегральные. Критерии: пригодные, оптимальности, превосходства. Однокритериальность, многокритериальность. Теория эффективности. Виды методов оценивания систем. Методы типа мозговой атаки или коллективной генерации идей. Методы типа сценариев. Ассоциативные методы. Методы экспертных оценок: ранжирование, метод парных сравнений, метод множественной оценки, метод непосредственной оценки, метод Черчмена-Акоффа, Метод Неймана-Моргенштерна. Методы структуризации. Методы типа «Дельфи». Морфологические методы. Методы синектики.

Оценка сложных систем на основе теории полезности. Оценка сложных систем в условиях определенности. Оценка сложных систем в условиях риска. Оценка сложных систем в условиях неопределенности.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Основы менеджмента»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зач. единиц, 288 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (68 часов), практические (34 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 186 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение *курсовой работы*.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Понятие менеджмента. Роль менеджмента в социально-экономическом развитии общества. Особенности современной российской экономики и необходимость совершенствования организации управления в России Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути использования его в России.

Система управления. Организация как объект управления. Субъекты постановки управленческих задач. Уровни управления в организации. Основные принципы управления. Роль и функции менеджмента в современной организации.

Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Методы управления и их особенности: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические, воспитательные.

Виды менеджмента. Социальная ответственность и этика менеджера.

Основные этапы развития менеджмента как науки и профессии. Развитие управленческой мысли до XX века. Управленческие революции. Первые попытки систематизации опыта управления: Школы управленческой мысли. Ф. Тейлор - родоначальник школы научного управления.

История российской управленческой мысли. Современная управленческая мысль в России.

Организация как система. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Характеристика внутренней среды предприятия. Взаимосвязь внутренних переменных. Необходимость учета внешней среды предприятия. Характеристика среды прямого (поставщики, потребители, конкуренты, законодательные, общественные организации) и косвенного (состояние экономики, социально-культурные факторы, политическая ситуация, международные отношения, научно-технический прогресс) воздействия. Особенности внешней среды организации.

Основные концепции взаимодействия людей в организации. Роль и значение коммуникаций в управлении. Организация обмена информацией внутри организации, между организацией и ее окружением. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Проблемы межличностных коммуникаций. Совершенствование процесса межличностного общения. Организация обмена информацией на предприятии. Основные направления развития коммуникаций в организациях.

Понятие "управленческое решение", классификация управленческих решений; основные формы выражения управленческих решений и требования, предъявляемые к их оформлению. Алгоритм принятия и реализации управленческого решения. Основные факторы, влияющие на процесс принятия решения. Оценка хозяйственных решений.

Моделирование в управлении. Основные типы моделей. Автоматизация управленческого труда как суть повышения эффективности принятия решения. Риск принятия решений.

Принципы целеполагания. Сущность планирования. Основные принципы и методы внутриорганизационного планирования. Типология планирования и виды планов.

Стратегическое планирование, его принципы и особенности. Стратегическое управление и стратегическое планирование. Выбор миссии и конкретных целей, обеспечивающих выполнение стратегии. Оценка сильных и слабых сторон предприятия во внешней и внутренней среде. Стратегические альтернативы и факторы, определяющие их выбор, оценка стратегии. Базовые стратегии организации: стабильности, роста, сокращения. Механизм реализации стратегического плана: тактика, политика, процедура, правила.

Контроль за выполнением стратегического плана. Ситуационный менеджмент.

Организационный менеджмент. Разделение труда в управлении. Состав функциональных подсистем в системе управления. Делегирование ответственности и полномочий, необходимость оптимального их соотношения. Линейная и аппаратно-штабная деятельность. Понятие нормы управляемости. Препятствия к эффективному делегированию.

Понятие организационной структуры управления. Основные факторы, влияющие на выбор структуры. Типы организационных структур. Характеристики организационных структур: линейная, функциональная, линейно-штабная, дивизиональная, матричная, программно-целевая. Централизованные и децентрализованные структуры. Проектирование эффективных организационных структур: сущность, принципы и параметры проектирования.

Мотивация как функция менеджмента, понятие и необходимость. Потребности и вознаграждение, ключевые понятия в теориях мотивации. Зоны недовольства и мотивации. Содержательные теории мотивации: теории К. Альдерфера, А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. МакКлелланда. Процессуальные теории мотивации: теории В. Врума, Ст. Адамса, Л. Портера и Э. Лоулера. Способы стимулирования. Денежное и неденежное стимулирование.

Необходимость контроля в управленческой деятельности. Виды и процедуры внутриорганизационного контроля и его формы. Контроль и контроллинг.

Групповая динамика. Понятие группы. Формальные и неформальные группы. Виды формальных групп. Управление неформальными группами. Понятие малой группы и особенности управления ею. Развитие малой группы. Групповое сплочение и определяющие его структуры. Работы в команде. Командообразование.

Лидерство, влияние и власть. Формы власти. Руководство и лидерство. Стили лидерства.

Организационная культура: сущность, виды, методы управления. Основные качества менеджера, особенности его работы. Статус и авторитет руководителя. Основные факторы служебной репутации.

Понятие и структура конфликта. Виды конфликтов. Стили поведения в конфликтной организации. Методы управления конфликтами. Сущность, необходимость и методы управления стрессами.

Основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений. Методы управления при сопротивлении изменениям.

Результаты и затраты управленческой деятельности. Качественный способ определения эффективности управления. Косвенный способ оценки эффективности управления предприятием. Основной показатель общей количественной оценки эффективности управления предприятием, способы его расчета. Дополнительные показатели общей количественной оценки эффективности управления. Дифференцированные показатели непосредственной оценки отдельных составляющих элементов системы управления предприятием. Факторы повышения эффективности менеджмента.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Документирование управленческой деятельности»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Предполагается выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Документационное обеспечение коммерческого предприятия. Требования к бланкам документов предприятия. Общие правила оформления управленческих документов. Составление текстов служебных документов. Основные документы управления.

Современное деловое письмо. Деловое письмо в условиях унификации. Правила оформления делового письма.

Компьютерные технологии подготовки документов. Компьютеризация делопроизводства. Порядок организации документооборота с использованием средств телекоммуникации. Офисные информационные системы.

Информационные технологии обеспечения управленческой деятельности. Основы организации информационных технологий. Понятие и классификация информационных технологий. Основные этапы развития информационных технологий. Структура информационных технологий обеспечения управленческой деятельности.

Электронная коммуникация. Понятие и функции электронной коммуникации.

Правила ведения деловой беседы. Система подготовки к беседе. Планы деловой беседы. Структура деловой беседы.

Организация протокольных мероприятий. Переговоры. Презентации. Организация и проведение деловых встреч, собраний, совещаний.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Экономика организации»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Предполагается выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности; нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия.

Организационно-правовые формы предпринимательства; среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя. Предприятие как производственно-экономическая система и виды его деятельности: производство, продукция предприятия, её конкурентоспособность; планирование, учет, анализ и контроль за деятельностью предприятия. Финансы предприятия.

Управление предприятием. Организационная структура и механизм управления. Ресурсы предприятия: основные, оборотные средства; трудовые, финансовые, информационные ресурсы.

Экономические затраты. Классификация текущих затрат. Себестоимость продукции и услуг. Виды себестоимости. Составление смет и калькулирование себестоимости продукции.

Результаты хозяйственно-финансовой деятельности предприятия: показатели, их расчет и анализ, использование в управлении предприятием. Прибыль как абсолютный финансовый результат и показатель финансовой деятельности организации. Виды прибыли. Планирование и расчет показателей прибыли. Рентабельность как относительный показатель эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Виды рентабельности. Взаимосвязь между издержками и прибылью предприятия.

Ценообразование и ценовая политика предприятия. Концепции ценообразования. Виды цен. Методы ценообразования.

Налогообложение предприятия. Классификация налогов, уплачиваемых предприятием.

Управление развитием предприятия. Инвестиции и инвестиционная деятельность предприятия. Экономическое содержание инвестиций. Функции инвестиций. Классификация инвестиций. Расчет показателей доходности инвестиций.

Оценка экономической эффективности предпринимательского проекта. Предпринимательский проект и его содержание. Статические и динамические показатели оценки эффективности проекта. Учет рисков при реализации инвестиционных проектов.

Инновационная деятельность предприятия. Инновации как фактор экономического роста предприятия.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – *зачет*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов и выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы и категории, методы и функции теории коммуникации. Развитие средств коммуникации. Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Современные концепции коммуникации

Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса. Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием и использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Линейные и нелинейные модели коммуникации. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса.

Вербальные и невербальные деловые коммуникации. Вербальная деловая коммуникация: содержание и структура. Место естественного языка среди других знаковых систем. Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура (паралингвистика, экстралингвистика, мимика и взгляд, жесты, организация пространства, поза и походки, контакт глаз). Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Возможности вербального и невербального воздействия на аудиторию.

Коммуникационные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации. Характеристика трех основных групп коммуникационных каналов, особенности передачи информации по ним.

Уровни деловой коммуникационной деятельности. Межличностные деловые коммуникации и их особенности. Понятие коммуникативного стиля.

Коммуникативные роли в межличностной деловой коммуникации. Модель управленческих коммуникаций. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации

Групповая деловая коммуникация. Коммуникации в группе: понятие, виды и функции. Групповая коммуникация: внутри группы, между группами, между индивидом и группой. Стратегии и тактики взаимодействия. Формы групповой деловой коммуникации.

Организационные деловые коммуникации. Коммуникативная структура организации. Внешние и внутренние (вертикальные и горизонтальные) деловые коммуникации. Основные принципы коммуникативной структуры организации. Деловая коммуникационная политика организации. Типология коммуникационных сетей в организации. Структура и виды коммуникативных сетей: цепочная, звездная, иерархическая, многосвязная, веерная круговая. Понятие корпоративная культура.

Межкультурные особенности деловой коммуникации. Особенности деловых коммуникаций между группами принадлежащим к разным культурам. Уяснение проблем межкультурной коммуникации. Межкультурный деловой этикет.

Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры. Эффекты деловой коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Факторы повышения эффективности межличностной, групповой и организационной деловой коммуникации. Затраты на деловую коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, покупку эфирного времени и газетных площадей, оставление сообщений, материально-технические средства коммуникации. Барьеры деловой коммуникации и пути их преодоления: технические, межъязыковые, социальные, психологические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Предполагается выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Место управления человеческими ресурсами в общей теории и практике менеджмента. Исторические этапы становления процесса управления человеческими ресурсами. Основные школы управления персоналом: «научного управления», «человеческих отношений», «человеческих ресурсов».

Человеческие ресурсы организации как объект управления.

Содержание понятия «человеческие ресурсы», его связь с категориями «кадры», «трудовые ресурсы», «персонал организации» «человеческий капитал», Структура человеческих ресурсов. Инструментарий воздействия на персонал.

Система управления человеческими ресурсами организации. Цели и функции управления. Структура системы управления человеческими ресурсами, ее подсистемы и основные элементы. Основные требования, предъявляемые к системе управления человеческими ресурсами.

Принципы и методы управления человеческими ресурсами. Объективные основы организации управления персоналом. Классификация принципов управления персоналом. Методы управления человеческими ресурсами: организационные, административные, экономические, социально-психологические.

Кадровая политика организации. Стратегия организации и кадровая политика. Уровни кадровой политики. Кадровая политика и кадровые процедуры. Типы кадровой политики. Этапы формирования кадровой политики. Критерии эффективности и результативности кадровой политики.

Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления человеческими ресурсами. Место и значение блока целей системы управления персоналом в обеспечении целей организации. Целевые подсистемы и виды организационных структур управления человеческими ресурсами.

Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления человеческими ресурсами. Количественный и качественный состав HR- службы. Кадровое делопроизводство.

Анализ потенциала человеческих ресурсов. Показатели потребности в персонале и методы ее определения. Кадровый потенциал и его показатели. Нормирование численности, управляемости и нормы обслуживания управленческих работников.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Международный менеджмент»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Предполагается выполнение РГЗ.

Дисциплина «Международный менеджмент» предусматривает изучение следующих основных разделов:

Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента.

Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Многонациональные компании (МНК) и национальная среда бизнеса.

Модели вхождения МНК на зарубежные рынки. Современные организационные формы и структуры международных корпораций. Стратегии МНК на мировых рынках.

Организация управления международным бизнесом компаний. Особенности планирования в МНК.

Формирование концепции интернационализации предприятия.

Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса (кросс-культурный менеджмент).

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Операционный менеджмент»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Предполагается выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сущность операционного менеджмента и его роль в современной системе управления. Понятие операции и операционной системы. Основные элементы системы управления операциями, их взаимосвязь. Объект и субъект управления (управляемая и управляющая подсистемы). Операционная система как объект управления, ее основные элементы: перерабатывающая и обеспечивающая подсистемы. Методы и инструменты управления операциями. Операционная функция в организации. Управление операциями в производственных и сервисных компаниях. Отечественный и зарубежный опыт управления производственными операциями. Современные тенденции развития операционной деятельности.

Операционная стратегия, ее влияние на содержание корпоративной стратегии. Факторы, воздействующие на разработку операционной стратегии. Приоритеты и фокусы операционных стратегий. Виды операционных стратегий. Операционная стратегия, конкурентоспособность и концепция качества. Бенчмаркинг.

Производственная структура предприятия и определяющие ее факторы, типы структур. Основные типы планировок производства, их характеристики, преимущества и недостатки. Формы специализация производственных подразделений. Понятие производственного процесса. Основные принципы организации производственных процессов. Производственный цикл: понятие, структура и пути сокращения длительности. Типы производства, их влияние на организационную структуру.

Планирование операционной (производственной) деятельности

организации: сущность, задачи, уровни, методы. Производственная мощность: виды, определяющие факторы и методика расчета. Планирование производственных мощностей. Планирование производственной программы. Методы сетевого планирования и управления. Планирование трудового процесса и нормирование труда.

Сущность оперативного управления производством, взаимосвязь стратегических, тактических и операционных целей. Календарное планирование производства. Системы оперативного планирования. Учет хода производства: задачи и содержание, организация работ. Контроль хода производства, основные этапы. Анализ и регулирование хода производства.

Управление цепочками ценностей. Поставки как стратегическая функция. Управление цепями поставок. Вертикальная интеграция и аутсорсинг. Управление взаимоотношениями с поставщиками и потребителями. Совершенствование цепи поставок.

Методология управления процессами в операционном менеджменте. Сущность и особенности процессного управления. Методика оценки процессов. Инжиниринг, реинжиниринг и непрерывное улучшение бизнес-процессов.

Содержание и особенности труда операционного менеджера. Требования к профессиональной компетенции менеджеров. Организация труда операционного менеджера.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Учет и анализ»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Предполагается выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Цель финансовой отчетности. Пользователи финансовой отчетности. Основные элементы финансовой отчетности. Нормативная база (законодательство, концептуальная основа). Обязанности руководства организации по ведению финансового учета и отчетности.

Качественные характеристики финансовой отчетности.

Принцип двойной записи, составление проводок, первичные документы и источники бухгалтерской информации. Счета, регистры первичного учета и журналы операций.

Отражение хозяйственных операций. Выручка и закупки. Денежные средства. Товарно-материальные ценности. Основные средства. Амортизация. Нематериальные активы. Доходы и расходы будущих периодов. Дебиторская и кредиторская задолженность. Капитал и резервы.

Подготовка финансовой отчетности. Бухгалтерский баланс. Отчет о прибылях и убытках. Отчет об изменениях капитала. Отчет о движении денежных средств. Пояснительная записка. События после отчетной даты.

Базовые принципы консолидированной финансовой отчетности. Дочерние и зависимые общества.

Интерпретация финансовой отчетности. Значение и цели анализа финансовой отчетности. Коэффициенты. Анализ финансовой отчетности.

Внутренние пользователи (менеджеры) бухгалтерской информации. Источники данных. Классификация затрат. Представление информации.

Учет материальных, трудовых и накладных расходов. Учет по полной и переменной себестоимости. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции.

Бюджетирование. Сущность и цели. Статистические методы бюджетирования. Функциональные бюджеты. Гибкие бюджеты. Бюджетирование долгосрочных проектов и методы дисконтированных денежных потоков. Контроль бюджетов и отчетность. Поведенческие аспекты бюджетирования.

Система «стандарт-костинг». Расчет и анализ отклонений. Взаимоувязка плановой и фактической прибыли.

Методики снижения затрат и повышения стоимости организации. Мониторинг деятельности и отчетность.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Бизнес-планирование»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Предполагается выполнение курсового проекта.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Роль и значение планирования в экономике. Планирование как инструмент управления и отрасль научных знаний. Специфика планирования в России.

Теория и методология планирования. Сущность и цели планирования. Процесс планирования и его фазы. Принципы и направления планирования. Методы планирования.

Система планирования на предприятии. Формы планирования и виды планов. Классификация планирования. План предприятия, его разработка и оценка. Организация планирования на предприятии. Структура плановых органов. Функции плановых служб на предприятии. Основные плановые документы предприятия.

Сущность, назначение и функции стратегического планирования. Особенности стратегического планирования. Содержание и функции тактического планирования. Содержание и структура тактического плана. Порядок разработки тактического плана. Зарубежный опыт тактического планирования. Оперативно-производственное планирование.

Методологические основы разработки бизнес-плана. Сущность и типы бизнес-планов. Функции и принципы бизнес-планирования на предприятии. Этапы разработки бизнес-плана. Процесс и организация бизнес-планирования на предприятии. Содержание и структура бизнес-плана. Методика составления разделов бизнес-плана.

Планирование производственной программы. Структура и показатели

производственной программы предприятия. Методика планирования производственной программы.

Планирование технического развития предприятия. Научно-технический потенциал предприятия. План технического развития производства. Планирование научно-технологической подготовки производства. Планирование внедрения системы управления качеством продукции на предприятии. Анализ технологических эталонов (бенчмаркинг). Технологический портфель предприятия.

Планирование потенциала предприятия. Планирование потребности в персонале. Планирование средств на оплату труда. Планирование потребности в материально технических ресурсах.

Планирование издержек и результатов. Расчет плановой калькуляции себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции. Планирование доходов.

План маркетинга. Планирование продвижения товаров и услуг. Планирование каналов сбыта. Планирование цен на товары и услуги.

Оценка риска и страхование. Риски в предпринимательской деятельности. Планирование минимизации и защиты от рисков.

Финансовое планирование. Содержание финансового плана. Методика разработки финансового плана.

Информационное обеспечение бизнес-планирования. Источники и методы получения внешней и внутренней информации. Нормативная база планирования. Программные средства для обработки информации и разработки бизнес-плана. Автоматизация процесса планирования.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Финансовый менеджмент»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Предполагается выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Понятие финансового менеджмента, его цель и задачи. Базовые концепции финансового менеджмента. Элементы финансового механизма организации.

Сущность, виды и классификация финансовых инструментов. Характеристика первичных и производных финансовых инструментов.

Виды денежных потоков. Проблема соотношения денежного потока и прибыли. Прямой и косвенный методы анализа денежных потоков.

Основные характеристики финансового актива: цена, стоимость, доходность, риск. Методы оценки стоимости долевых и долговых ценных бумаг. Оценка доходности и риска.

Особенности оборотных активов. Операционный и финансовый циклы. Стратегии объема и финансирования оборотных активов. Политика управления производственными запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами.

Классификация инвестиционных проектов. Логика решений инвестиционного характера. Особенности инвестиционного анализа. Критерии оценки эффективности инвестиций. Формирование бюджета капиталовложений.

Сущность и классификация источников финансирования деятельности организации. Особенности собственного и заемного капитала как объектов управления. Сравнительная характеристика различных источников финансирования инвестиций в основной капитал.

Цена источников собственного и заемного капитала. Структура капитала. Теории структуры капитала. Средневзвешенная и предельная стоимость капитала.

Направления использования чистой прибыли предприятия. Реинвестирование прибыли и внутренние темпы роста. Дивидендная политика. Стоимость бизнеса как итоговый показатель эффективности финансового менеджмента.

Взаимосвязь категорий риска и леввереджа. Понятие и оценка операционного леввереджа. Понятие и оценка финансового леввереджа.

Специфика финансовых решений в условиях инфляции. Управление оценкой вложений в основные средства и производственные запасы. Управление дебиторской задолженностью и денежными средствами в условиях инфляции.

Сущность и задачи финансового планирования. Состав и порядок составления генерального бюджета предприятия. Оперативное финансовое планирование.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Стратегический менеджмент»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Предполагается выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сущность стратегического менеджмента (СМ). История возникновения. Необходимость становления СМ в России. Современные школы и этапы развития СМ. Содержание и структура СМ.

Виды стратегического управления (СУ). Выделение видов стратегического управления. Управление путем выбора стратегических позиций. Управление путем ранжирования стратегических задач. Управление по «слабым сигналам». Управление в условиях стратегических неожиданностей.

Миссия и стратегические цели. Значение целевого начала в управлении. Формирование видения и миссии фирмы. Стратегические цели: понятие, установление, виды, требования к целям.

Стратегический анализ проблем предприятия. Классификация проблем предприятия и способы их решения. Специфические стратегические проблемы отраслей.

Стратегический анализ среды организации. Методы анализа макросреды. Сущность стратегического управленческого анализа, его принципы.

Общий подход к выработке стратегий. Сущность стратегии. Классификация стратегий предприятия. Основные стратегии развития бизнеса. Определение стратегии предприятия.

Разработка стратегий одиночного бизнеса. Создание конкурентных преимуществ

(КП) на уровне хозяйственных подразделений. Понятие, виды КП. Описание стратегий:

«лидерства в издержках», дифференциации, фокусирования, синергии, первопроходца. Практика конкурентной борьбы в отрасли. Основные типы конкурентной борьбы. Типичные стратегические ошибки.

Разработка стратегий на корпоративном уровне. Понятие диверсификации. Цели диверсификации. Роль и оценка преимуществ диверсификации. Стратегический анализ диверсифицированной компании на основе портфельных матриц.

Рыночная сегментация и стратегические хозяйственные зоны. Стратегическая сегментация. Стратегические хозяйственные зоны (СХЗ). Формирование СХЗ. Оценка привлекательности СХЗ. Конкурентный статус фирмы в СХЗ. Стратегические хозяйствующие единицы. Стратегические хозяйствующие центры. Стратегии фирмы в СХЗ.

Разработка функциональных стратегий. Производственные стратегии. Стратегии размещения предприятий. Виды технологических стратегий. Ресурсные стратегии.

Стратегии прибыли. Стратегии качества. Стратегия НИОКР. Финансовая стратегия. Стратегии международного развития предприятий.

Реализация стратегии и контроль. Процесс реализации стратегии: составляющие этого процесса, условия реализации. Стратегические изменения в организации. Стратегический контроль. Стратегический контроллинг. Оценка реализации и корректировка стратегии.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Принятие управленческих решений в бизнес- (государственных, муниципальных) структурах»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – *зачет*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часов), практические (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Предмет методы принятия управленческих решений. Возникновение науки об управлении. Школы и подходы в науке об управлении. Принятие управленческих решений в организации. Теоретические и методологические основы процесса разработки управленческих решений. Современные проблемы управления и разработки решений. Организационные основы разработки решений на основе системного анализа. Содержание процесса обоснования решений. Содержание процесса принятия и контроллинга решений. Методология решения базовых задач обоснования решений. Технология принятия управленческих решений. Структура принятия управленческих решений в организации. Модели процесса принятия управленческих решений. Методы принятия управленческих решений. Различные методы и подходы к принятию управленческих решений. Экспертные методы принятия управленческих решений. Метод анализа иерархий. Иерархии и приоритеты: предварительное обсуждение. Иерархии и приоритеты: формальный подход. Принятие решений в условиях неопределенности и риска. Сущность неопределенности и риска. Модели и методы разработки решений по управлению рисками в условиях конкуренции. Методы математического прогнозирования и оценки рисков на основе принципа «опоры на собственные силы». Аналитическая оценка рисков на основе принципов альтернативной индивидуальной полезности, кооперирования и «справедливого дележа». Модели оценки и управления рисками при проведении торгов и аукционов. Методы снижения предпринимательского риска на основе принципов «социальной справедливости» Проблемы анализа и снижения предпринимательских рисков неустановленной природы. Стратегическое прогнозирование «природно-неопределенных» рискованных ситуаций. Классические и современные методы принятия управленческих решений в условиях «природного» риска. Повышение роли управления рисками при подборе персонала. Стратегическое планирование. Современные теории планирования. Анализ «стоимость-эффективность» и распределение ресурсов.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*17 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Корпоративная ответственность как механизм согласования интересов организации и общества. Стратегия корпоративной социальной ответственности. Приоритеты стратегии корпоративной социальной ответственности. Цели внедрения корпоративной социальной ответственности. Роль корпоративной ответственности в социальном развитии организации.

Социальная ответственность в контексте финансового менеджмента. Социальная ответственность государства и организации. Экономический эффект и оценка социальных программ. Законодательство и регулирование корпоративной социальной ответственности. Направления социальной политики организации. Внутренняя и внешняя социальная политика.

Корпоративная ответственность и социальный маркетинг. Понятие и формы корпоративной социальной ответственности. Маркетинг и благотворительность. Ключевые особенности социального маркетинга.

Социальная ответственность бизнеса. Социальные функции бизнеса. Социальные принципы ведения бизнеса. Информационная прозрачность и распространение информации. Противодействие практикам недобросовестного ведения бизнеса. Потенциальные преимущества для бизнеса.

Учет социальных и экологических рисков в политике организации. Юридическая и экологическая ответственность. Виды юридической и экологической ответственности. Цели, функции и принципы юридической и экологической ответственности. Кризисы и их последствия.

Принципы корпоративного управления и социальной ответственности. Социальная активность, ответственность и ожидания. Корпоративной ответственности в управлении коллективом. Управление человеческими ресурсами. Развитие корпоративной культуры и системы внутренних коммуникаций.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Макроэкономика»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 час), практические (34 час), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Предмет и методы макроэкономики. Модель макроэкономического кругооборота. Основные макроэкономические показатели. Макроэкономическое равновесие и его модели. Потребление, сбережения и инвестиции. Эффект мультипликатора. Экономический рост, его типы и его факторы. Цикличность экономического развития, природа экономических циклов и кризисов. Занятость и безработица, политика занятости. Инфляция и антиинфляционная политика. Государственное регулирование экономики: способы, методы, инструменты. Финансовая система и финансовая политика. Государственный бюджет и его роль в экономике. Роль налоговой системы в регулировании экономики. Фискальная политика государства. Денежное обращение, его структура и функции. Банковская система и денежно-кредитная политика. Социальная политика. Система международных экономических отношений. Глобальные экономические проблемы и их последствия.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление качеством и конкурентоспособностью продукции»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*17 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- система управления качеством;
- оценка, контроль качества и статистические методы управления качеством;
- основы технического регулирования;
- теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности;
- оценка конкурентоспособности продукции, предприятия;
- обеспечение конкурентоспособности продукции, предприятия.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Обоснование инвестиций»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 112 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: «Разработка и обоснование инвестиционного проекта».

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Обоснование инвестиций». Основные понятия инвестиционной деятельности.

Предмет и задачи дисциплины. Сущность инвестиций. Значение и цели инвестирования. Роль инвестиций в развитии экономики. Формы и виды инвестиций. Инвестиционная деятельность: понятие, механизм осуществления. Виды инвестиционных проектов. Признаки классификации инвестиционных проектов: по величине инвестиций, по типу предполагаемых доходов, по отношению к риску. Источники и организационные формы финансирования проектов. Организационные, операционные и временные рамки инвестиционного проекта. Цикл инвестиционного проекта. Этапы и стадии подготовки инвестиционного проекта. Объекты и субъекты инвестиционной деятельности. Инвестиционный рынок. Понятие экономической оценки инвестиций. Виды эффективности. Задачи, решаемые в ходе оценки инвестиций. Инвестиции в России. Основные нормативные документы, регламентирующие инвестиционную деятельность в России. Составляющие инвестиционной политики.

Методические подходы к анализу и оценке инвестиционных проектов.

Основные категории анализа инвестиционных проектов. Денежный поток от инвестиционной, операционной и финансовой деятельности. Экономический срок жизни инвестиций. Учет фактора времени в оценке инвестиционного проекта. Стоимость денег во времени: дисконтирование и компаундинг. Аннуитеты: текущая стоимость аннуитета, будущая стоимость аннуитета. Норма дисконта, их классификация. Методические подходы к определению нормы дисконта. Модель

средневзвешенной стоимости капитала.

Финансирование инвестиционных проектов.

Классификация форм и источников финансирования инвестиционных проектов. Методы самофинансирования. Стоимость собственного капитала. Финансирование инвестиционных проектов через кредитный рынок. Стоимость заемного капитала. Лизинг как способ среднесрочного финансирования инвестиций. Ипотечное кредитование как способ долгосрочного финансирования инвестиций.

Анализ и оценка показателей эффективности инвестиционных проектов.

Определение и виды эффективности инвестиционных проектов. Эффективность проекта в целом: социально-экономическая и коммерческая эффективность. Эффективность участия в проекте. Бюджетная эффективность. Принципы оценки инвестиционных проектов. Этапы оценки эффективности инвестиционных проектов. Классификация показателей экономической эффективности инвестиционных проектов.

Методы расчета показателей эффективности инвестиционных проектов, не предполагающих использования концепции дисконтирования: простой срок окупаемости инвестиций, показатели простой рентабельности, чистые денежные поступления, индекс доходности инвестиций, максимальный денежный отток, метод сравнительной эффективности приведенных затрат.

Показатели эффективности инвестиционных проектов, определяемые на основании использования концепции дисконтирования: чистая текущая стоимость, индекс доходности дисконтированных инвестиций, внутренняя норма доходности, срок окупаемости инвестиций с учетом дисконтирования. Метод модифицированной внутренней нормы доходности. Экономический срок жизни проекта, оптимальный экономический срок.

Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях неопределенности и риска. Понятие неопределенности и риска. Классификация проектных рисков. Подходы к оценке рисков инвестиционного проекта. Качественный и количественный подходы.

Методы оценки рисков. Методы оценки рисков без учета распределений вероятностей. Методы оценки рисков с учетом распределения вероятностей. Анализ проекта: анализ чувствительности; анализ безубыточности. Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях инфляции.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.02 Менеджмент

профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Поведение потребителей»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Введение в изучение поведения потребителей. Сущность процесса потребления. Классификация потребностей. Эволюция учений о поведении потребителей. Методы изучения потребителей. Консьюмеризм. Защита прав потребителей.

Модели поведения потребителей. Психоаналитическая модель поведения потребителей. Модель архетипов К. Юнга. Модель показного потребления Т.Веблена. Модель стереотипного поведения. Модель компенсаторного потребления.

Процесс принятия решений потребителем. Этапы принятия решений. Осознание необходимости покупки. Виды потребностей. Выявление потребностей. Информационный поиск. Ограничения, связанные с процессом поиска информации. Стратегии принятия решений: компенсационная, некомпенсационная, эвристика. Оценка и выбор альтернатив. Воздействие окружающей обстановки на потребителя. Категории покупателей. Элементы мерчандайзинга. Покупка. Реакция на покупку. Постпокупочные процессы. Организационное покупательское поведение. Особенности покупателей-организаций. Содержание процесса закупки товаров потребителем-организацией. Организационные цели и мотивы. Организационные ценности, культура и стиль. Поведение потребителей-организаций в переговорном процессе. Пути повышения эффективности персональных коммуникаций.

Потребительская реакция. Свойства процесса восприятия. Избирательность восприятия. Процедура исследования восприятия: построение перцептивных карт. Проверка эффективности восприятия. Факторы, влияющие на восприятие. Обучение. Процесс

обучения. Бихевиористская и когнитивная теории. Маркетинговые применения теорий познания. Память. Хранение и извлечение информации из памяти. Забывание информации. Товары как «якоря памяти». Количественная оценка памяти. Мотивация. Суть мотивации: сила и направление. Вовлеченность потребителей. Способы увеличения вовлеченности. Установки. Изменение установки. Знание и отношение. Установки и их компоненты. Понятие вовлеченности. Свойства отношений. Изучение отношений потребителей. Маркетинговые коммуникации как средство формирования и изменения установок.

Исследование ценностей. Основные ценности. Применение системы ценностей для объяснения поведения потребителей. Психографика. Персональные ценности. Жизненный стиль и ресурсы потребителей.

Сегментация и позиционирование. Сегментация как методология группировки потребителей по внешним факторам поведения. Демографические факторы. Географические критерии сегментации. Экономические факторы. Социальные и культурные. Природные факторы. Научно-технические и политические факторы. Поведенческие и психографические факторы. Построение карт восприятия.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Информационные системы маркетинга»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 час.), лабораторные занятия (34 час.), самостоятельная работа обучающегося составляет 112 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ, включающее в себя ряд лабораторных работ: создание рекламных материалов, оценка рентабельности рекламной кампании фирмы средствами электронных таблиц MS Excel, создание базы данных по клиентам фирмы в среде СУБД Microsoft Access и др.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Информационные системы в маркетинге». Основные понятия и определения, классификация информационных систем, компоненты информационной системы и эффективность работы информационной системы. Общие сведения о компьютерных технологиях, их использование в маркетинговой деятельности; основные принципы, методы и свойства компьютерно-информационных технологий. Обзор программных продуктов в области маркетинга. Технические средства и программное обеспечение информационных технологий. Обзор информационных технологий, предназначенных для оперативной и аналитической обработки данных. Интегрированные информационные системы в коммерческой деятельности, проблемно-ориентированные пакеты прикладных программ. Пакеты прикладных программ в профессиональной деятельности.

Технологии подготовки, обработки и предоставления информации. Классификация и возможности текстовых редакторов. Процессоры электронных таблиц, редакторы обработки графической информации. Правила создания презентаций. Системы класса CRM: определение, функции, категории продуктов класса CRM. Электронный бизнес: характеристики, специфика, виды.

Перспективные компьютерно-информационные технологии, экспертные системы и системы поддержки принятия решений. Электронный обмен данными. Интернет технологии в маркетинге. Интернет-аудитория: количественные и качественные характеристики. Инструментальные средства организации телекоммуникаций (электронная почта, управление доступом к совместным ресурсам, обмен сообщениями).

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Маркетинговые исследования и анализ»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*34 часа*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- цели, задачи и направления маркетинговых исследований;
- современные информационные технологии и маркетинговые исследования;
- процесс маркетинговых исследований;
- разработка плана исследования;
- организация сбора данных;
- виды, источники и методы сбора маркетинговой информации;
- методы анализа полученных данных.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление цепями поставок»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. единиц, 216 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*34 часа*), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Необходимо выполнить курсовую работу.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- история развития, сущность, значение и эффективность УЦП;
- понятийный аппарат УЦП;
- планирование деятельности цепи поставок;
- координация и интеграция логистической деятельности в цепях поставок;
- концепции и технологии координации и интеграции цепей поставок;
- контроллинг цепей поставок.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Ценообразование в маркетинге»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет *57 часов*.

Необходимо выполнить РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- теоретические основы и методология ценообразования;
- понятие, факторы и закономерности ценообразования;
- ценовая политика фирмы, стратегия и тактика ценообразования;
- методы ценообразования;
- управление ценами;
- ценовые исследования: анализ и прогнозирование.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Технология рекламы PR»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 академических часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 148 часов.

Необходимо выполнить курсовой проект.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. История развития рекламы в России и на зарубежном рынке. Понятие рекламы и ее роль в современном обществе. Основные элементы системы рекламной коммуникации. Основные характеристики рекламы как одного из основных элементов маркетинговой коммуникации. История становления и развития рекламной деятельности в мире.

2. Основы рекламной коммуникации. Виды, функции и этапы рекламной деятельности. Основные виды рекламного воздействия по различным классификационным критериям. Функции рекламы. Этапы составления и проведения рекламной кампании. Методы оценки эффективности рекламной кампании.

3. Понятие публичных отношений («связи с общественностью»), его история и содержание. Публичные отношения как часть политической и корпоративной культуры. PR: сущности и содержание. Причины появления public relations как особой дисциплины и отрасли бизнеса. Различные подходы к определению времени ее зарождения. Цели воздействия на общественное мнение в понимании основателей дисциплины.

4. Основы деятельности по обеспечению связей с общественностью. Средства реализации задач PR. Применение методов социологии, политологии, теории коммуникации, антропологии и психологии. Системный подход и системные исследования. Аналитические и количественные методы социальных наук в связях с общественностью. Элементы коммуникационной модели. Отправитель, сообщение, канал, адресат, среда, помехи. Многообразие каналов коммуникации. СМИ, мероприятия и акции, документы. Виды мероприятий и документов. Эффективность использования различных каналов и ее оценка. Понятие и основные элементы имиджа: многообразие подходов. Имидж и внутрикорпоративная среда.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Международный маркетинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- сущность международного маркетинга;
- маркетинговые исследования на мировых рынках;
- особенности сегментации;
- товарные стратегии в международном маркетинге;
- ценообразование в международном маркетинге.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Маркетинговый консалтинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ: Маркетинговый консалтинг в бизнес-организации.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Роль управленческого консультирования в социально-экономическом развитии общества. Понятие управленческого и маркетингового консультирования. История развития управленческого консультирования. Представление о специфике консультационной деятельности. Классификации консультационных услуг и спектр их предоставления. Тенденции и перспективы развития отечественного рынка маркетинговых консультационных услуг. Организация управленческого консультирования в России и за рубежом.

Понятие консультанта. Внутренний и внешний консультант. Достоинства и недостатки консультантов различного типа. Профессионально-этические нормы и требования к консультантам. Формы организации службы внутренних консультантов: центр обслуживания, центр затрат, центр прибыли.

Основные стадии процесса консультирования. Разработка технического задания на проведение работ для консультанта. Техническое предложение консультанта. Заключение контракта на консультационные услуги. Системы оплаты услуг профессиональных консультантов. Качество и цена консалтинговых услуг.

Начало процесса консультирования. Основные стадии процесса консультирования. Информационное и техническое обеспечение управленческого консультирования. Основные формы управленческого консультирования. Выбор формы консультирования. Сравнительная характеристика основных форм консультирования.

Маркетинг консалтинговых услуг. Особенности маркетингового консультирования. Эффективность консалтинговых услуг.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Коммерческая деятельность»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), практические (18 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 126 часов.

В соответствии с учебным планом имеется курсовая работа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Роль и задачи коммерческой деятельности организации: сущность, функции, принципы и механизм коммерческой деятельности, субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика, формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке, коммерческий риск: принятие решений в условиях неопределенности.

Исследование рынков в целях коммерческой деятельности: методы и процедура рыночного исследования коммерческих отношений, выявление рыночных индикаторов изменения условий коммерческой деятельности понятие и источники получения коммерческой информации, обеспечение защиты коммерческой тайны.

Формы коммерческих расчетов: принципы и виды коммерческих расчетов, банковские переводы, аккредитивы в коммерческих расчетах, расчеты чеками, расчеты при рассрочке платежей.

Эффективность коммерческой деятельности: показатели эффективности коммерческой деятельности, система обеспечения эффективности коммерческой деятельности в организации.

Планирование и организация деятельности предприятия по закупке ресурсов: этапы процесса закупки ресурсов, выбор поставщиков, структура службы снабжения.

Закупочно-сбытовая система торгового предприятия: сбытовая и закупочная политика торгового предприятия, методы и стратегии сбыта и закупки, типы посредников в коммерческой деятельности и их оценка.

Структура и содержание договора купли-продажи: основные разделы контракта, позиции сторон при заключении договора купли-продажи, базисные условия поставки товаров.

Организационные основы продвижения товара: этапы процесса продвижения, инструменты продвижения товаров, расчет затрат и

оценка эффективности продвижения.

Технология торгового брендинга: понятие, функции, принципы брендинга, этапы осуществления брендинга, методы присвоения марочных названий, способы оценки бренда.

Содержание коммерческой деятельности на биржах: роль и развитие биржевой торговли, структура биржи, виды биржевых сделок.

Торги в коммерческой деятельности: виды торгов, аукционная торговля и ее развитие в России, правила проведения тендера.

Принципы и формы встречной торговли: условия развития встречной торговли, виды операций встречной торговли.

Организация арендных операций: виды арендных операций, порядок заключения и исполнения договора лизинга, экономическая эффективность лизинга.

Франчайзинг как форма коммерческой деятельности: сущность и виды франчайзинга, его развитие в России, экономические основы франчайзинга.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Отраслевой маркетинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*36 часов*), практические (*18 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 90 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Маркетинг в промышленности
2. Маркетинг в агробизнесе
3. Маркетинг в оптовой и розничной торговле
4. Маркетинг в инвестиционной сфере торгово-посреднических организаций
5. Маркетинг в сфере услуг.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Бухгалтерский учет»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – диф. зачет (*зачет, экзамен*).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 76 часов.

Предполагается выполнение РГЗ.

Бухгалтерский учет: возникновение, развитие и его современная роль в управлении экономикой организаций. Возникновение учета. Основные этапы его развития. Виды хозяйственного учета. Бухгалтерский учет, его место и роль в системе управления экономическими субъектами. Законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского учета в Российской Федерации.

Принципы бухгалтерского учета, его предмет и объекты. основополагающие принципы бухгалтерского учета и критерии их формирования. Подходы к классификации принципов. Принципы-допущения. Принципы-требования. Ключевые понятия (термины) бухгалтерского учета: активы, обязательства, капитал, доходы, расходы. Предмет бухгалтерского учета, его объекты и их классификация по различным признакам.

Метод бухгалтерского учета и его элементы. Содержание понятия «метод бухгалтерского учета». Документирование хозяйственных операций. Классификация бухгалтерских документов. Документооборот. Сущность и значение стоимостного измерения объектов бухгалтерского учета. Виды оценок, применяемые в бухгалтерском учете. Понятие бухгалтерского счета. Двойная запись хозяйственных операций на балансовых счетах. Инвентаризация – как элемент метода бухгалтерского учета. Виды инвентаризации, способы, порядок и техника ее проведения. Бухгалтерский баланс, роль и назначение его в учетном процессе и в анализе финансового состояния хозяйствующего субъекта. Структура и принципы построения бухгалтерских балансов, их виды. Состав финансовой отчетности коммерческих организаций.

Учет основных средств. Общая характеристика, классификация и оценка основных средств. Документальное оформление движения основных средств. Учет наличия и движения основных средств. Учет амортизации основных средств.

Учет нематериальных активов. Нематериальные активы – как экономическая категория; состав их, классификация и первоначальная оценка в бухгалтерском учете. Учет движения нематериальных активов. Учет переоценки нематериальных активов и их амортизации.

Учет материально-производственных запасов. Материалы, их классификация и оценка. Учет поступления материалов. Учет отпуска материалов со складов. Учет материалов на складах и в бухгалтерии.

Учет расчетов с персоналом по оплате труда. Формы, системы и виды оплаты труда. Порядок расчета заработной платы, доплат, оплаты отпусков, надбавок, гарантий и

компенсаций. Расчет удержаний из заработной платы работников. Синтетический и аналитический учет расчетов с персоналом по оплате труда.

Учет денежных средств организации. Общие положения о денежной системе, наличных и безналичных расчетах. Учет кассовых операций. Учет денежных средств по счетам в банках. Учет переводов в пути.

Учет финансовых вложений. Определение финансовых вложений, их классификация и виды оценок. Учет финансовых вложений.

Учет выпуска готовой продукции и продаж. Принципы признания доходов от продаж. Готовая продукция, ее состав и оценка. Учет поступления готовой продукции. Учет отгрузки (отпуска) и продажи продукции покупателям. Коммерческие расходы: их состав, порядок учета и списания.

Учет текущих расчетов. Состав дебиторской и кредиторской задолженности. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками. Учет расчетов с покупателями и заказчиками. Учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами. Учет расчетов с бюджетом по налогам и сборам.

Учет финансовых результатов. Финансовый результат работы организации и порядок его определения. Учет прибыли и убытки от продаж. Учет прочих доходов и расходов. Учет налога на прибыль и налоговых санкций. Учет распределения прибыли.

Учет собственного капитала. Учет уставного капитала. Учет резервного капитала. Учет добавочного капитала. Учет нераспределенной прибыли. Учет целевого финансирования.

Бухгалтерская отчетность. Общеметодологические основы бухгалтерской отчетности. Основные этапы процедуры составления бухгалтерской отчетности. Содержание и порядок формирования показателей бухгалтерской отчетности.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины«Учет и отчетность в организации»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 76 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Теоретические основы бухгалтерского учета и отчетности.
2. Бухгалтерская финансовая отчетность.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Статистика в менеджменте»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 17 часов, практические занятия – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Основные категории и понятия статистики. Статистическое наблюдение. Группировка статистических материалов. Статистические таблицы и графики. Абсолютные и относительные величины. Средние величины и показатели вариации. Статистическое изучение связей. Ряды динамики, их анализ. Элементы статистического прогнозирования. Индексы. Предмет, методы и задачи экономической статистики. Основные группировки и классификации в экономической статистике. Система национальных счетов (СНС) – центральный раздел экономической статистики. Статистика населения. Статистика уровня жизни. Статистика рынка труда. Статистика национального богатства. Статистика производства продукции. Статистика издержек производства и себестоимости продукции. Статистика финансов организаций и предприятий. Роль статистики в эффективном менеджменте.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Основы статистики»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации - экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 17 часов, практические занятия - 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Предусмотрено выполнение РГЗ

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Основные категории и понятия статистики. Статистическое наблюдение. Группировка статистических материалов. Статистические таблицы и графики. Абсолютные и относительные величины. Средние величины и показатели вариации. Статистическое изучение связей. Ряды динамики, их анализ. Элементы статистического прогнозирования. Индексы.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Институциональная среда менеджмента»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Институционализм как направление экономической науки.

Институциональная характеристика экономических субъектов и хозяйственной среды. Факторы, влияющие на экономическое поведение. Рутинные, навыки и ценности как компоненты экономической культуры. Правила и структура норм поведения.

Транзакции и транзакционные издержки. Типы транзакций. Виды транзакционных издержек. Частные и репутационные механизмы защиты соглашений. Правовой механизм защиты соглашений. Формы управления активами как способы снижения транзакционных издержек. Разновидности транзакций по частоте и виду специфичности и формы управления активами.

Теории контрактов. Совершенный и реальный контракт. Юридические условия, обеспечивающие спецификацию заключения, исполнения, расторжения и прекращения действия контрактов. Теория агентства. Теория неполных контрактов. Контрактная теория транзакционных издержек.

Теория собственности. Право и права собственности. Пучок прав. Расщепление, размывание и спецификация прав собственности. Организационно-правовая форма хозяйственной деятельности как способ ограничения оппортунистической деятельности и управления транзакционными издержками. Экономический и юридический режимы собственности. Внешние эффекты и их интернализация. Теорема Р.Коуза.

Институциональные аспекты теории фирмы. Рыночная контрактация и фирма как два основных метода организации производства. Объяснение поведения фирмы на основе модели «принципал-агент». Пределы вертикальной диверсификации роста фирмы. Политика селективного вмешательства. Координационная и мотивационная проблема организации и управления фирмой. Политизация внутренней жизни фирмы. Издержки влияния и способы их ограничения. Остаточные права контроля и стимулы к осуществлению специфических инвестиций. Критерий целесообразности

интеграции фирм.

Институциональные решения в моделях теории игр. Кооперативные и некооперативные игры. Элементы игры. Виды игровых ситуаций. Институт как средство разрешения «дилеммы заключенных». Институт как сигнал для выбора фокальной точки. Институт как инструмент закрепления неравенства.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Анализ макроэкономической среды»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Макроэкономика как раздел экономической науки. Принципиальные особенности макроэкономического анализа. Предмет изучения макроэкономики. Соотношение макроэкономического и микроэкономического анализа. Основные макроэкономические проблемы: экономический рост, уровень безработицы, уровень инфляции, величина ставки процента, состояние государственного бюджета и торгового баланса. Методы макроэкономического анализа. Макроэкономические процессы *ex post* и *ex ante*. Понятие агрегирования. Макроэкономические агенты. Макроэкономические рынки. Особенности макроэкономических показателей. Номинальные и реальные величины. Макроэкономические модели. Экзогенные и эндогенные переменные.

Экономический кругооборот и национальные счета. Экономический кругооборот. Кругооборот расходов и доходов как отражение взаимосвязей между макроэкономическими агентами и макроэкономическими рынками. Полная схема народнохозяйственного кругооборота. Основные макроэкономические потоки. Система национальных счетов (СНС). Сущность СНС. Схема основных счетов СНС.

Денежный рынок. Особенности функционирования денежного рынка. Денежные агрегаты. Спрос на деньги.оборот товаров и спрос на деньги. Доходы и спрос на деньги. Имущество и спрос на деньги. Предложение денег. Создание денег центральным банком. Создание денег коммерческими банками. Привлечение денежных средств в смешанной банковской системе. Равновесие на денежном рынке. Денежная политика.

Инфляция и конъюнктура. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса. Факторы, определяющие уровень инфляции. Закон Оукена: выпуск продукции и безработица. Функция совокупного предложения: выпуск и инфляция. Функция совокупного спроса. Кривая совокупного спроса при фиксированных и гибких обменных курсах. Макроэкономическое равновесие: модель AD-AS.

Фискальная политика государства. Налогово-бюджетная политика и экономическое благосостояние. Роль государства в экономике. Экономические задачи государства: распределение трудовых и материальных ресурсов, распределение доходов и имущества, стабилизация совокупных доходов и безработицы. Цели налогово-бюджетной политики. Макроэкономическая стабилизация. Сглаживание налогов. Сглаживание потребления. Стабилизация в долгосрочном и краткосрочном периоде. Автоматические стабилизаторы. Общие сведения о бюджетном процессе. Дефицит государственного бюджета. Государственный долг.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Мерчандайзинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*17 часов*), практические (*34 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Индустрия розничной торговли.
2. Магазиностроение как составной элемент мерчандайзинга.
3. Торгово-технологический процесс в магазине.
4. Продажа товаров и обслуживание покупателей

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Методы и модели продаж»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Сущность управления продажами. Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Роль управления продажами. Поведение покупателей и организаций, факторы, оказывающие влияние на процесс принятия решения о покупке. Стратегическое партнерство между покупателями и производителями продукции. Система показателей статистики рынка. Специфические приемы и методы статистического изучения социально-экономических явлений и процессов.

Основные разделы стратегии продаж: учет конкурентов, доли рынка, наличие товаров заменителей; ценовая политика, наличие скидок, сервисное обслуживание, доставка, установка; продвижение продукции: выбор средств продвижения продуктов, учет поступающей информации в отдел продаж, нейтрализация конкурентов; каналы сбыта: планирование каналов сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговое планирование. Система показателей конъюнктуры рынка. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

Оперативное управление продажами Статистика товародвижения и товарооборота. Определение цели работы для каждого сотрудника, контроль за достижением этих целей, управление процессом достижения целей; управление активностью работы менеджеров. Управление процессами работы с клиентами. Характеристики процессов продаж по каждому менеджеру. Определение этапов работы с клиентами (инициирование интересов, презентация продуктов, согласование условий; оплата и отгрузка, разработка регламентов). Сущность и понятие товародвижения и товарооборота. Задачи статистики товародвижения и товарооборота. Система показателей статистики товародвижения и товарооборота. Анализ выполнения договорных обязательств. Анализ динамики товарооборота. Расчет и анализ товарной структуры товарооборота. Региональный анализ товарооборота.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Оценка эффективности маркетингового проекта»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ: Формирование и оценка эффективности маркетингового проекта.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Понятия «эффекта» и «эффективности». Эффективность управленческих решений и её составляющие. Цели и задачи оценки эффективности маркетинговых проектов и программ. Этапы оценки эффективности маркетингового проекта. Основопологающие принципы оценки эффективности проектов.

Планирование проекта, формирование концепции маркетинга проекта. Управление проектом: анализ, планирование, реализация и контроль за исполнением проекта. Анализ и управление проектными рисками. Классификация рисков маркетингового проекта. Качественный и количественный анализ проектных рисков. Методы анализа и управления рисками маркетингового проекта. Учет инфляции при реализации проекта. Инфляция и финансовая эффективность проекта.

Показатели оценки эффективности маркетинговых проектов и программ. Оценка эффективности проектов методом дисконтированных денежных потоков. Чистый дисконтированный (приведенный) доход, индекс рентабельности инвестиций, индекс доходности, внутренняя норма доходности. Срок окупаемости инвестиций.

Постаудит реализации маркетингового проекта в бизнес-организациях. Многокритериальный анализ и ранжирование проектов. Оценка эффективности и критерии выбора проекта.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Маркетинговый аутсорсинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- понятие аутсорсинга;
- типы и классификация аутсорсинговых организаций;
- организация работы аутсорсинговых организаций;
- аутсорсинговый процесс;
- аутсорсинг как актив предприятия;
- аутсорсинговый проект;
- маркетинг аутсорсинговых услуг.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Стратегия и тактика бизнеса»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 часов), практические (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- сущность и понятие стратегии бизнеса;
- структура продажи;
- установление и поддержание контакта;
- основные психологические типы поведения клиентов;
- эффективная презентация товара.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Маркетинг территорий»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единицы, 72 часа, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*17 часов*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 38 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- современная парадигма маркетинга территорий;
- маркетинг территорий: цели и задачи;
- зарубежные трактовки маркетинга территорий, российская интерпретация категории;
- опыт использования инструментария маркетинга на уровне территории;
- проектирование и структура программы маркетинга территорий.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Бренд-менеджмент»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет *57 часов*.

Необходимо выполнить РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- управление брендами;
- развитие бренда;
- ребрендинг;
- капитал бренда;
- глобальный бренд-менеджмент.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление продуктовым портфелем»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Необходимо выполнить РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Продуктовый микс и управление его бренд-структурой.
2. Анализ продуктового портфеля на основе матрицы Boston Consulting Group.
3. Анализ ролей брендов по классификации Д. Аакера.
4. Анализ ролей в продуктивном портфеле компании на основе выявления ключевых потребностей в продуктовой категории (Need State анализ).
5. Организация маркетинговых усилий компании в соответствии с целью по имплементации централизованного подхода в управлении продуктовым портфелем компании

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Маркетинговое планирование и аудит»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа и выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Роль планирования в современной экономике и в системе управления компанией. Теоретические основы планирования. Принципы планирования. Виды планирования: по широте охвата, по функциям, подфункциям, охватываемому временному периоду, степени детализации. Функции планирования. Уровни планирования: уровень компании, стратегических бизнес единиц, продуктивно-рыночных комбинаций.

Система планов предприятия. Место маркетингового плана в системе планов предприятия. Маркетинговое планирование: анализ текущей ситуации, постановка маркетинговых целей, выбор целевых рынков, позиционирования, планирование функций маркетинга (4P). Отражение в плане маркетинга корпоративной стратегии, товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики предприятия. Последовательность разработки плана маркетинга.

Стратегический план маркетинга: структура и содержание. Система целевых показателей стратегического маркетингового плана. Технология целеполагания в стратегическом маркетинге. Состав исходной информации, необходимой для составления стратегического плана маркетинга. Разработка стратегии маркетинга.

Тактический план маркетинга: структура и содержание. Разработка годового плана маркетинга: структура и требования к документу. Система показателей. Состав исходной информации, необходимой для составления годового плана маркетинга.

Содержание программы маркетинга. Основные маркетинговые решения по продукту в зависимости от этапа жизненного цикла товара. Планирование и управление портфелем продуктов компании. Основные решения по управлению маркетинговыми каналами (каналами товародвижения и дистрибуции). Выбор методов коммуникационного воздействия.

Согласование маркетинговой стратегии, планов и программ маркетинга.

Бюджет маркетинга предприятия. Методы планирования бюджета: достоинства и недостатки. Организация бюджетного процесса. Оценка эффективности.

Организация разработки плана. Контроль исполнения маркетингового плана.

Понятие маркетингового контроля и аудита. Предпосылки возникновения и развитие маркетингового аудита. Функции, задачи и общие принципы маркетингового аудита. Правовые нормы и этические аспекты маркетингового аудита. Система регулирования маркетингового аудита. Виды и структура маркетингового аудита: организационно-структурный, информационно-структурный, стратегический аудит. Современные методы и модели маркетингового анализа и аудита. Аудит организации маркетинговой деятельности в компании: оценка формальной структуры, выполняемых функций и взаимодействия подразделений. Процедура регулярного аудита стратегии маркетинга. Аудит эффективности маркетинговых программ компании в целом, по отдельным сегментам, группам продукции и т.д. Общий план маркетингового аудита. Программа маркетингового аудита. Изучение и оценка систем маркетингового аудита.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Маркетинговый контроллинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Применение контроллинга в бизнес-организации.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Система понятий и категорий контроллинга. Понятие, сущность, значение и сферы применения контроллинга. Основные структурные элементы теории контроллинга. Сущность, задачи и функции маркетингового контроллинга. Основные концепции маркетингового контроллинга.

Механизм контроллинга и его взаимосвязь с внутренним аудитом. Характеристика оперативного контроллинга, его цель и подконтрольные показатели. Модель и характеристика мониторинга как раздел контроллинга. Понятие центров ответственности, их классификация.

Маркетинговый анализ в системе контроллинга. Методы и инструменты контроллинга. Анализ мотивации персонала предприятия

Основные цели и задачи экспертной диагностики маркетинговой деятельности предприятия. Методы стратегической диагностики. Затраты как важнейший объект контроллинга. Анализ традиционных критериев: окупаемость и рентабельность. Этапы формирования комплексной оценки маркетинговой деятельности предприятия. Взаимосвязь оперативного и стратегического контроллинга и маркетинга.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Статистика и прогнозирование рынка»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Статистическая оценка состояния рынка и построение экономико-статистических прогнозов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Статистика и прогнозирование рынка». Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Основы методологии статистики рынка.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений. Ряды динамики: виды, правила построения. Показатели анализа ряда динамики. Методы анализа основной тенденции (тренда) в рядах динамики. Методы изучения сезонных колебаний.

Статистика рыночной конъюнктуры. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ пропорциональности развития рынка. Анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры. Статистика цен. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен. Методы расчета и анализа индексов цен. Методы оценки уровня и динамики инфляции. Анализ динамики товарооборота. Расчет и анализ товарной структуры товарооборота.

Методы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений. Общая характеристика связей. Методы определения наличия связи. Корреляционный анализ. Изучение тесноты связи между качественными признаками. Показатели тесноты связи между количественными признаками. Проверка коэффициента корреляции на значимость

(существенность). Множественный и частный коэффициенты корреляции. Коэффициенты корреляции рангов. Коэффициент конкордации. Регрессионный анализ. Нахождение уравнений регрессии между двумя признаками. Парная линейная регрессия. Параболическая корреляция. Оценка существенности коэффициента регрессии и уравнения связи.

Индексный метод в маркетинге. Общие понятия об индексах. Средние формы сводных индексов. Расчет сводных индексов за последовательные периоды. Индексный анализ влияния структурных изменений.

Введение в маркетинговое прогнозирование. Организация процесса маркетингового прогнозирования. Обзор техник прогнозирования. Методы прогнозирования в маркетинге. Прогнозирование спроса и сбыта продукции Математико-статистические техники прогнозирования. Методы экспертных оценок. Прогнозный расчет спроса на товар потребительского назначения с использованием регрессионного анализа, метода Дельфи и метода сценариев. Прогнозирование спроса и предложения. Использование адаптивных методов прогнозирования в маркетинговых исследованиях. Прогнозирование на основе трендовых моделей. Проверка гипотезы о существовании тренда. Уравнение тренда и оценка его качества. Выбор трендовых моделей для прогноза. Точечные и интервальные прогнозы на основе экстраполяции трендов. Прогноз емкости рынка через статистику продаж, удельное душевое потребление, через покупательское поведение. Методы анализа качества прогнозов.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Электронная торговля»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Организация электронной торговли на предприятии.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (техно-экономические и правовые основы) электронной коммерции. Особенности внедрения электронной коммерции в России.

Теоретические аспекты новой экономики и электронной торговли. Сетевая инфраструктура и инфраструктура Интернет-приложений. Технологии электронной коммерции. Бизнес модели электронной торговли. Модели управления цифровым торговым предприятием. Электронная коммерция в индустрии услуг. Юридические и правовые основы электронной торговли. Проблемы надежности и доверия.

Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B). Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Концепция Electronic Government. Платежные системы Интернета. Понятие безопасности. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции. Риски в электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление маркетингом»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 126 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Управление маркетинговой деятельностью на предприятии.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Маркетинговый подход в деятельности фирм. Уровни управления маркетингом.

Место маркетинга в системе управления предприятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Особенности построения оптимальной структуры управления предприятием, действующим на принципах маркетинга.

Виды организационных структур службы маркетинга. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга. Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.

Проектирование системы маркетинговой службы. Методы проектирования маркетинговых служб. Методы расчета численности персонала. Требования к работникам в области маркетинга. Мотивация персонала службы маркетинга.

Оценка эффективности работы маркетинговой службы. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности. Показатели эффективности управленческой деятельности. Оценка эффективности организации маркетинговой деятельности.

Маркетинговое планирование. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Классификация программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов).

Планирование маркетинговой деятельности по уровням управления. Стратегические и тактические решения на корпоративном уровне. Стратегические решения на функциональном уровне (сегментация рынка и позиционирование). Управление маркетинговой деятельностью на инструментальном уровне. Управление продуктом, каналами распределения, маркетинговыми коммуникациями.

Контроль и маркетинговый анализ деятельности предприятия. Маркетинговый анализ. Цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Управление партнерскими отношениями»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 126 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Организация и управление партнерскими отношениями организации.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Категоризация взаимоотношений. Движущие факторы взаимоотношений. Экономика взаимоотношений. Эволюция маркетинга взаимоотношений. Предпосылки перехода от простого обмена к построению взаимоотношений в маркетинге. Континуум маркетинга взаимоотношений. Концепция маркетинга взаимоотношений. Маркетинг отношений и формирование устойчивых конкурентных преимуществ. Базовая компания и ее взаимоотношения. Стратегии управления взаимоотношениями с поставщиками, партнерами, конкурентами, клиентами.

Партнерские отношения внутри организации. Стратегии и инструменты внутреннего маркетинга. Корпоративная культура. Партнерские отношения с поставщиком. Вертикальные и горизонтальные партнерства. Преимущества и недостатки партнерства B2B. Сотрудничество с внешними организациями. Типы сотрудничества. Формирование и внедрение стратегии по управлению взаимоотношениями.