

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и качества жизни

С.П. Спиридонов
« 26 » января 20 21 г.



АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН

Направление

38.04.06 Торговое дело

(шифр и наименование)

Программа магистратуры

Коммерческая деятельность

(наименование профиля образовательной программы)

Кафедра: «Коммерция и бизнес-информатика»

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой

подпись

М.А. Блюм

инициалы, фамилия

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.01 «Системный анализ»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
ИД-1 (УК-1) Знает методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, основные подходы к выработке стратегии действий	Знает общие положения методологии системного анализа и теоретические основы моделирования систем
ИД-2 (УК-1) Умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Умеет применять и разрабатывать алгоритмы системного анализа в процессе решения профессионально-ориентированных задач
ИД-3 (УК-1) Владеет навыками осуществления критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий	Владеет навыками применения и разработки алгоритмов системного анализа в процессе решения профессионально-ориентированных задач
ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	
ИД-1 (ОПК-2) Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Знает основные процедуры системного анализа и методику их применения для моделирования процессов оптимизации распределения ресурсов предприятия и принятий управленческих решений
ИД-2 (ОПК-2) Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Умеет использовать основные процедуры системного анализа для моделирования процессов оптимизации распределения ресурсов предприятия и принятий управленческих решений

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ИД-3 (ОПК-2) Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Владеет навыками использования основных процедур системного анализа для моделирования процессов оптимизации распределения ресурсов предприятия и принятий управленческих решений
ОПК-3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	
ИД-1 (ОПК-3) Знает основные подходы к критической оценке результатов научных исследований и обоснованию приоритетных направлений развития сферы обращения	Знает методики оценки результатов научных исследований, основанные на принципах системного подхода
ИД-2 (ОПК-3) Умеет критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	Умеет использовать алгоритмы системного анализа на практике для обоснования принятия управленческих решений
ИД-3 (ОПК-3) Владеет навыками критической оценки результатов научных исследований и обоснования приоритетных направлений развития сферы обращения	Владеет методиками и технологиями построения моделей систем при оценке результатов научных исследований

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основные понятия системного анализа

Тема 1. Введение в системный анализ

Возникновение и развитие системных представлений. Значение системного подхода для современной науки. Понятие системы. Специфика научного знания, главные этапы развития науки, основные проблемы современной науки. Представление системы графом. Алгоритм Дейкстры для поиска кратчайших путей на графе.

Тема 2. Свойства систем

Основные свойства системы. Системообразующие и системоразрушающие факторы.

Тема 3. Особенности исследования систем

Задачи исследования сложных систем. Анализ и синтез систем. Принципы системного подхода. Общесистемные закономерности. Анализ проблем, возникающих в процессе исследования систем.

Раздел 2. Моделирование систем

Тема 4. Модели и моделирование Определение понятия «модель». Назначение моделей. Виды моделей. Уровни моделирования. Свойства моделей.

Тема 5. Рассмотрение систем с позиций моделей

Проблемная ситуация и цель моделирования. Сложности формулирования целей. Модель «черного ящика». Компоненты. Множественность входов и выходов. Модель состава системы. Проблемы выделения подсистем и элементов. Структурная схема как соединение моделей. Графы и их виды. Динамические модели систем. Динамические модели систем.

Тема 6. Методы и алгоритмы системного анализа в экономике

Методы качественного оценивания систем. Оценка сложных систем в условиях определенности. Алгоритмы проведения системного анализа.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.02 «Международная профессиональная коммуникация»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
ИД-1 (УК-4) Знает правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации	знает основные требования к оформлению устных и письменных высказываний для осуществления успешной коммуникации
ИД-2 (УК-4) Знает современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках	различает способы общения на русском и иностранном языках
ИД-3 (УК-4) Знает существующие профессиональные сообщества для профессионального взаимодействия	знает характер взаимоотношений в современных профессиональных сообществах для установления контактов с ними
ИД-4 (УК-4) Умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения для академического и профессионального взаимодействия	умеет использовать различные способы, методы, коммуникативные технологии в зависимости от ситуации общения при осуществлении коммуникации на профессиональном и академическом уровне
ИД-5 (УК-4) Владеет методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий	отбирает и использует подходящие методы для осуществления делового общения на русском и иностранном языках, реализуя языковые формы и коммуникативные технологии, характерные для профессиональной среды

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	1 семестр	1 семестр

Содержание дисциплины

Раздел 1. Профессиональная коммуникация.

Тема 1. Устройство на работу.

Основные виды работы, их краткая характеристика на иностранном языке; описание обязанностей, связанных с выполнением того или иного вида работы.

Тема 2. Устройство на работу.

Современные требования к кандидату при поступлении на работу. Основные документы при принятии на работу. Обсуждение условий работы в России.

Тема 3. Компании.

Структура компании, названия отделов.

Тема 4. Компании.

Характеристика обязанностей работников отделов, описание работы компании.

Тема 5. Инновации в производственной сфере.

Описание товаров, их особенностей.

Тема 6. Инновации в производственной сфере.

Анализ рыночной продукции и конкурентоспособности товаров. Обсуждение товаров и их особенностей.

Тема 7. Дизайн и спецификация товара.

Описание дизайна и спецификации товара.

Тема 8. Дизайн и спецификация товара.

Характеристика и сравнение дизайна различных товаров, представленных на современном рынке. Написание теста по пройденному разделу.

Раздел 2. Научная коммуникация.

Тема 9. Предоставление исследовательского проекта.

Форма заполнения заявки с описанием исследовательского проекта.

Тема 10. Предоставление исследовательского проекта.

Варианты предоставления исследовательских проектов и их особенности в современном сообществе.

Тема 11. Участие в научной конференции.

Описание форм участия в научных конференциях.

Тема 12. Участие в научной конференции.

Проведение игровой научной конференции.

Тема 13. Принципы составления и написания научной статьи.

Анализ отрывков из научных статей по различным темам. Введение и отработка новой лексики, клише.

Тема 14. Принципы составления и написания научной статьи.

Анализ различных частей научной статьи и их особенностей.

Тема 15. Презентация исследовательского проекта.

Анализ различных проектов и обсуждение их сильных и слабых сторон. Написание теста по пройденному разделу.

Раздел 3. Деловая коммуникация.

Тема 16. Межличностные и межкультурные отношения.

Традиционные модели поведения в разных странах.

Тема 17. Межличностные и межкультурные отношения.

Зависимость деловых отношений от культуры страны.

Тема 18. Проведение переговоров.

Особенности ведения переговоров в разных странах.

Тема 19. Проведение переговоров.

Анализ проблем, возникающих при проведении переговоров.

Тема 20. Контракты и соглашения.

Описание форм контрактов и соглашений.

Тема 21. Контракты и соглашения.

Анализ положений контракта.

Тема 22. Управление проектом.

Описание основных процедур, входящих в систему управления проектом.

Тема 23. Управление проектом.

Характеристика роли управляющего в компании. Написание теста по пройденному разделу.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.03 «Технологии современного менеджмента»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИД-1 (ОПК-4) Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает основы технологий стратегической управленческой деятельности при решении профессиональных задач
	Знает социально-психологические аспекты менеджмента при решении социальных и профессиональных задач
	Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности, фактор риска при решении профессиональных задач
ИД-2 (ОПК-4) Умеет принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	Умеет планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом финансовых средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения, выработать стратегию для их достижения
	Умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на перспективное развитие организации
	Умеет принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения и разрабатывать мероприятия по эффективной реализации стратегии организации
ИД-3 (ОПК-4) Владеет навыками принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности	Владеет навыками разработки экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений и организации командного взаимодействия для решения профессиональных задач при реализации стратегии

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Обозначение	Форма отчетности	Очная	Заочная
Зач01	Зачет	1 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Современные проблемы менеджмента. Эволюция технологий менеджмента.

Вызовы и проблемы менеджмента в XXI веке, современные тенденции, подходы и школы, трудности и нерешенные задачи в различных функциональных областях менеджмента. Современные подходы к управлению технологическими производствами.

Тема 2. Анализ организационно-управленческих ситуаций: принципы и методы с учетом актуальных условий внешней среды.

Методологические проблемы и подходы в анализе организационно-управленческих ситуаций, схемы и модели анализа организационно-управленческих ситуаций). Анализ и управление рисками организации.

Анализ финансового состояния и бизнес-план торговой организации потребительской кооперации.

Тема 3. Исследование актуальных проблем менеджмента.

Формулировки, описание, структура, выявление системных взаимосвязей, положительный и негативный опыт в решении проблем, практические рассогласования и теоретико-методологические противоречия. Исследование систем управления.

Методы оптимизации управления и принятия решений.

Тема 4. Теоретические и прикладные проблемы технологий менеджмента персонала и психологии управления.

Собственник и бизнес. Собственник и наёмный менеджмент. Целеполагание. Делегирование. Мотивация. Доверие. Ответственность. Контроль.

Методы принятия управленческих решений

Тема 5. Разработка технологий менеджмента: методология, теория и практика.

Методология и методика разработки технологий менеджмента, проектные разработки студентов). Технологии современного стратегического анализа. Методика интегральной оценки конкурентных преимуществ объектов. Вспомогательные методы анализа конкурентных преимуществ (SWOT-анализ, GAP-анализ, LOTS, PIMS, "Профиль", матрица McKinsey).

Проектное управление. Оптимальное раскрупление. Кайдзен.

Тема 6. Современные методы принятия управленческих решений: обзор, структура, возможности.

Базовые парадигмы менеджмента, структура технологии менеджмента, возможности и ограничения технологий менеджмента.

Современные технологии управления. Менеджмент организации: современные технологии.

Тема 7. Актуальные технологии менеджмента.

Технологии картирования, технологии документирования технологии, технологии диагностики, технологии поиска решений, технологии проектирования, технологии реализации, технологии социального конструирования, технологии управления изменениями, технологии реформирования.

Реинжиниринг. Аутсорсинг.

Тема 8. Технологии современного стратегического управления.

Стратегический менеджмент его значение, задачи и функции. Требования, предъявляемые к стратегическому анализу. Источники информации для проведения стратегического анализа.

Состав и содержание разработки стратегий всех бизнес-единиц и общей стратегии фирмы и мероприятий по реализации всех этапов стратегического анализа.

Комбинированные методы проведения анализа сильных и слабых сторон внутренней среды организации, возможностей и угроз со стороны внешней среды.

Методика интегральной оценки стратегического контроллинга.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.04 «Стратегический анализ деятельности предприятия»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	
ИД-1 (ОПК-2) Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	знает систему показателей и методы анализа деятельности предприятия
	знает источники информации для анализа деятельности предприятия
ИД-2 (ОПК-2) Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	умеет применять методы анализа для различных направлений деятельности предприятия
	умеет применять различные методы сбора и обработки экономической информации в стратегическом анализе
ИД-3 (ОПК-2) Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	владеет практическим опытом использования различных методов сбора, обработки и анализа данных

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	1 семестр	1 курс
Защита КР	1 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие, виды, задачи и методы анализа деятельности предприятия (8)

Понятие и виды анализа. Направления стратегического анализа деятельности фирмы анализа. Основные приемы и показатели стратегического анализа деятельности фирмы. Методы факторного анализа. Способы обработки экономической информации в анализе. Методы выявления влияния факторов на результат.

Тема 2. Оценка микро и макросреды предприятия (6)

Характеристика основных составляющих микро и макро среды. Анализ конкуренции на рынке, 5 конкурентных сил портера. Сегментирование потребителей и позиционирование компании. Оценка поставщиков. SWOT-анализ деятельности предприятия. Анализ макросреды, STEP (PEST)-анализ, ЕТОМ-анализ

Тема 3. Анализ товарооборота (выручки) предприятия. (4)

Анализ динамики и структуры товарооборота. Графический метод в анализе товарооборота. Факторный анализ товарооборота. Оценка выполнения плана (прогноза, поста-

вок) по ассортименту, по качеству и ритмичности

Тема 4. Анализ эффективности функционирования предприятия. (4)

Анализ динамики и структуры прибыли. Оценка рентабельности организации. Оценка факторов, влияющих на изменение прибыли и рентабельности предприятия. оценка деловой активности предприятия

Тема 5. Анализ ассортимента. (4)

Основные показатели ассортимента. Анализ структуры ассортимента. ABC- анализ ассортимента. XYZ-анализ ассортимента, совмещение XYZ и ABC анализа. Матрица ВКГ и другие матричные методы анализа. Анализ совместных покупок, совмещение анализа совместных покупок и ABC анализа.

Оценка обеспеченности товарооборота товарными запасами. Анализ оборачиваемости запасов

Тема 6. Оценка финансового состояния предприятия. (6)

Понятие о финансовой отчетности предприятия. Оценка ликвидности и платежеспособности. Оценка финансовой устойчивости

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.05 «Принятие решений в бизнесе»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	
ИД-1 (ОПК-1) Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-2 (ОПК-1) Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-3 (ОПК-1) Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в теорию принятия решений. Основные понятия и концепции

Общее описание проблемы. Основные понятия и определения. Основные понятия о структурировании множества альтернатив. Две классификации методов структурирования множества альтернатив. Некритериальное структурирование множества альтернатив. Структурирование множества альтернатив с использованием критериев. Групповые решения.

Тема 2. Мифы и реальности использования научных методов принятия решений в бизнесе

Мифы менеджеров, занимающихся подготовкой управленческих решений. Виды задач принятия решений. Рациональный процесс принятия решений. Процессы принятия решений, не являющиеся рациональными. Запрограммированные решения. Интуитивные решения. Решения, основанные на аналогии. Основные этапы процесса подготовки решения.

Тема 3. Этапы процесса принятия решений. Однокритериальные задачи принятия решений

Алгоритм принятия решения. Уяснение цели, которая должна быть достигнута в результате принятия решения. Определение критериев допустимости альтернатив. Нахождение множества допустимых альтернатив. Допустимость альтернатив в экономике и менеджменте. Определение критериев сравнения альтернатив. Идентификация типа задачи принятия решений. Математическая постановка задачи принятия решений. Понятие критерия. Однокритериальные или полностью определенные задачи принятия решения. Алгоритм принятия решений в однокритериальных задачах. Решение задачи: альтернативы инвестора.

Тема 4. Методы выдвижения альтернатив. Многокритериальные ЗПР

Альтернативы очевидны. Альтернативы не совсем очевидны. Альтернативы не очевидны. Мозговой штурм. Синектика. Структура множества допустимых альтернатив. Алгоритм решения многокритериальных ЗПР.

Тема 5. Неопределенность в задачах принятия решений

Задачи принятия решений с неопределенностью природы. Задачи принятия решений с неопределенностью противника. Решение задачи: альтернативы игрока.

Тема 6. Управленческие решения

Определение управленческого решения, его цель и критерии. Показатели качества и эффективности управленческих решений. Основные факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Классификация управленческих решений. Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения.

Тема 7. Оценка рисков деятельности коммерческого предприятия на этапе принятия управленческого решения

Определение рисков и их классификация. Комплексный подход оценки риска на этапе принятия управленческого решения. Фиксация рисков. Качественная оценка рисков. Количественная оценка рисков. Условия неопределенности и риска. Основные виды и условия предпринимательского риска. Приемы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределенности и риска. Общие положения управления риском.

Тема 8. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в коммерческой деятельности

Экспертные системы: определение, состав, функции. Интеллектуальный анализ данных (Data Mining). Создание СППР на основе хранилищ данных. История разработки и принципы построения OLAP. Анализ состояния развития СППР и их классификация. Концепция системы принятия решений в бизнесе.

Тема 9. Бенчмаркинг и маркетинговые решения

Понятие бенчмаркинга, его история и задачи. Как организовать бенчмаркинг и его перспективы в России и за рубежом.

Концептуальные основы формирования теории маркетинговых решений. Сущность маркетингового решения. Предпринимательские решения. Классификация видов решений. Развитие методики и методологии решения в условиях определенности, риска и неопределенности. Основные этапы применения метода экспертной оценки. Системный анализ в принятии маркетинговых решений. Основные фазы процесса принятия маркетингового решения. Эффективность маркетинговой информационной системы.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.06 «Предпринимательство на рынке информационных услуг и продуктов»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	
ИД-1 (ОПК-4) Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает основные факторы, определяющие качество информационных услуг, а так же критерии оценки их качества
ИД-2 (ОПК-4) Умеет принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	Умеет применять методики удовлетворения информационных потребностей клиентов средствами новых информационных технологий
ИД-3 (ОПК-4) Владеет навыками принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности	Владеет навыками использования современных методик удовлетворения информационных потребностей клиентов средствами новых информационных технологий
ОПК-5 Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	
ИД-1 (ОПК-5) Знает современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач	Знает современные технологии предоставления информационных услуг при решении профессиональных задач
ИД-2 (ОПК-5) Умеет применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	Умеет применять современные технологии предоставления информационных услуг при решении профессиональных задач

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
задач	
ИД-3 (ОПК-5) Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе использования интеллектуальных информационно-аналитических систем, при решении профессиональных задач	Владеет навыками использования современных технологий предоставления информационных услуг при решении профессиональных задач

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	1 курс	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие и управление качеством информационных услуг и продуктов

Тема 1. Теоретические основы управления качеством

Понятие качества информационных услуг и продуктов. Поэтапные изменения в системах управления качеством. Методологические основы управления качеством.

Тема 2. . Анализ систем управления качеством

Современные методы управления качеством. Системы управления качеством в России. Показатели качества и методы их оценки.

Раздел 2. Теоретические основы оценки качества информационных услуг

Тема 3. Жизненный цикл информационной услуги

Жизненный цикл информационной услуги, система базовых понятий. Факторы, определяющие качество информационных услуг.

Тема 4. Модель оценки качества информационных услуг и продуктов

Конкурентная стратегия фирмы сферы информационных услуг. Моделирование процессов формирования и оценки качества информационных услуг

Раздел 3. Технологии предоставления информационных услуг и анализ их особенностей

Тема 5. Особенности технологии предоставления информационных услуг на региональном рынке

Традиционные технологии предоставления информационных услуг. Особенности региональной инфраструктуры информационного бизнеса. Анализ потребительских предпочтений на региональном рынке информационных услуг и продуктов.

Раздел 4. Инструментальные средства изучения информационных потребностей специалиста

Тема 6. Анализ профессиональной деятельности бизнес-аналитика

Структура и содержание информационно - аналитической деятельности бизнес-аналитика. Информационный анализ профессиональной деятельности бизнес--аналитика.

Тема 7. Моделирование процесса принятия решений бизнес-аналитиком

Моделирование процессов принятия решений в традиционных условиях. Удовлетворение информационных потребностей клиента средствами новых информационных технологий.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.07 «Деловое общение и профессиональная этика»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
ИД-1 (УК-5) Знает закономерности и специфику развития различных культур, особенности межкультурного разнообразия общества в современных условиях	Знает закономерности и специфику развития различных культур
	Знает особенности межкультурного разнообразия общества в современных условиях
ИД-2 (УК-5) Умеет обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия	Умеет обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур
	Умеет применять навыки общения в мире культурного многообразия
ИД-3 (УК-5) Владеет методами предупреждения и разрешения возможных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации	Владеет методами предупреждения возможных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации
	Владеет методами разрешения возможных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	1 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы деловой этики

Тема 1. Этика как наука. Сущность деловой этики, ее базовые документы

Закономерности и специфика развития различных культур, особенности межкультурного разнообразия общества в современных условиях. Фундаментальные трактаты о нравственности Аристотеля и Цицерона. Определение понятий: «этика», «мораль», «нравственность». Роль этики как науки в России. Понятие деловой этики, ее проблемы. Базовые документы деловой этики и задачи, которые они выполняют.

Тема 2. Этические принципы и нормы в деловом общении

Универсальные принципы деловой этики. Международные этические принципы бизнеса. Нормы деловой этики. Принципы этики деловых отношений. Взаимопонимание между представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия

Раздел 2. Профессиональная этика

Тема 1. Понятие, содержание и предмет профессиональной этики

Понятие профессиональной этики, ее предмет и содержание. Цели и задачи профессиональной деятельности, контролирование процесса работы, мотивация и концентрация усилий членов коллектива. Качества личности специалиста, необходимые для выполнения профессионального долга. Правовые и этические нормы поведения, предписывающие определенный тип нравственных отношений между людьми, необходимый для выполнения своей профессиональной деятельности и оценки ее последствий. Разновидности профессиональной этики. Правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия.

Тема 2. Кодексы профессиональной этики

Разновидности кодексов профессиональной этики. Свойства профессиональных кодексов. Основы психологии личности (собственный психотип и акцентуацию характера для определения приоритетов собственной деятельности, оценка и корректировка личностных качеств). Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия членов коллектива. Толерантное восприятие этих различий. Нормы поведения членов различных профессий.

Раздел 3. Деловое общение

Тема 1. Понятие «деловое общение»: определение, формы, виды, средства, стили

Определение, формы, виды, средства и стили делового общения. Прямое и косвенное деловое общение. Формы и виды устной и письменной коммуникации при изучении и разработке профессиональной документации. Стандартные формы письменного речевого поведения в профессиональной сфере. Материальное, когнитивное и деятельностное деловое общение. Официально-деловой стиль общения. Научный стиль общения. Публицистический и разговорно-бытовой стили общения. Владение коммуникативными нормами в профессиональной деятельности.

Тема 2. Вербальное деловое общение. Невербальное деловое общение. Этикетные нормы делового общения

Деловой разговор, совещания, заседания (анализ, проектирование и организация межличностных, групповых и организационных коммуникаций в команде для достижения поставленной цели). Переговоры: методы ведения и итоги (навыки деловой коммуникации, аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики). Публичное ораторское выступление. Отношения со средствами массовой информации: проведение пресс-конференций, презентаций, выставок. Язык мимики и жестов. Позы защиты, уверенности, раздумья, обмана, агрессии. Походка. Умение читать по лицам. Визитные карточки. Деловая переписка. Типы деловых писем. Резюме. Электронные средства связи. Компьютер. Интернет. Web-этикет. E-mail. Факс. Деловые подарки и сувениры. Чаевые. Порядок приветствий, представлений и знакомств. Телефонный этикет. Этикет мобильной связи. Этикет официальных мероприятий.

Раздел 4. Управленческое общение

Тема 1. Законы управленческого общения

Основы управления коллективом и создание благоприятного психологического климата с позиции достижения им общих целей и поставленных конкретных задач. Способы управления коллективом при решении им научно-исследовательских и научно-производственных работ. Методы повышения социальной мобильности. Директивные и демократические формы управленческого общения. Эффективное

управленческое общение, закономерности общения и способы управления индивидом и группой. Первый и второй законы управленческого общения. Приемы формирования аттракции.

Тема 2. Тактика действий в конфликтных и кризисных ситуациях

Принципы общения между членами научного коллектива с целью поддержания хорошего социально-психологического климата, способствующего решению поставленных задач. Методы и навыки эффективного межкультурного взаимодействия. Виды конфликтов. Психологические особенности управления конфликтом в рабочей группе. Методы предупреждения конфликтных ситуаций и методы их разрешения. Роль руководителя в разрешении организационных конфликтов. Действия по преодолению спорных ситуаций. Виды кризисов. Владение навыками поведения и принятия решений в нестандартных ситуациях.

Раздел 5. Имидж делового человека

Тема 1. Понятие «имидж», его психологическое содержание и виды

Терминология. Прототипы имиджа, носители имиджа. Цели формирования имиджа. Стратегии формирования имиджа. Организационные тактики и тактики воздействия. Психологические тактики воздействия на сознание. Теория ожиданий и мотиваций. Принципы развития личности с целью порождения у него способностей к креативной деятельности.

Тема 2. Принципы и технологии формирования профессионального имиджа человека. Принципы и технологии формирования индивидуального имиджа человека

Зависимость содержания имиджа от профессии и должности. Умение работать в коллективе, сопоставляя свои интересы с интересами коллектива в целом. Понятие имиджмейкерства. Специфическая одаренность имиджмейкеров. Секреты профессионализма. Риторическое оснащение имиджмейкера. Приоритетные задачи имиджмейкинга. Речевое воздействие на управление энергетического ресурса человека. Виды индивидуального имиджа: габитарный, овеществленный, вербальный, кинетический и средовой. Стили в одежде: классический, деловой, стиль Шанель. Обувь. Аксессуары: ювелирные украшения, очки, портфель/сумка, портмоне, зонт, мобильный телефон, ручка, зажигалка, часы. Ухоженность. Манера держаться. Одежда для приемов

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.08 «Технологическое предпринимательство»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
ИД-1 (УК-2) Знает процедуру управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает этапы жизненного цикла проекта
	Знает основные модели/методологии/подходы управления проектом
	Знает методики оценки успешности проекта
ИД-2 (УК-2) Умеет планировать проект с учетом последовательности этапов реализации и жизненного цикла проекта	Умеет достигать поставленных целей и задач проекта
	Умеет составлять и корректировать план управления проектом
	Умеет оценивать риски и результаты проекта
ИД-3 (УК-2) Владеет ключевыми навыками проектного управления на всех этапах жизненного цикла проекта	Владеет навыками планирования, минимизации рисков и отклонений от плана, эффективного управления изменениями проекта
	Владеет методами оценки эффективности проекта
	Владеет навыками публичной презентации результатов проекта
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (и образования в течение всей жизни)	
ИД-1 (УК-6) Знает приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает методики самооценки, саморазвития и самоконтроля
	Знает личностные характеристики, способствующие профессиональному развитию
	Знает способы самосовершенствования своей деятельности с учетом своих личностных, деловых, коммуникативных качеств
ИД-2 (УК-6) Умеет определять приоритеты личностного и профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	Умеет производить самооценку личностных особенностей и профессиональных качеств в соответствии с конкретной ситуацией
	Умеет формулировать цели собственной деятельности и определять пути их достижения с учетом планируемых результатов
	Умеет определять приоритеты личностного и профессионального роста
ИД-3 (УК-6) Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом изменяющихся требований рынка труда	Владеет навыками диагностирования личностных и деловых качеств
	Владеет навыками планирования действий по самосовершенствованию
	Владеет приемами целеполагания и планирования профессиональной деятельности

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы технологического предпринимательства и бизнес-моделирования.

Тема 1. Введение в инновационное развитие
Сущность и свойства инноваций в IT-бизнесе. Модели инновационного процесса. Роль IT-предпринимателя в инновационном процессе.

Тема 2. Формирование и развитие команды.
Создание команды в IT-бизнесе. Командный лидер. Распределение ролей в команде. Мотивация команды Командный дух.

Тема 3. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план. Как возникают бизнес-идеи в сфере IT. Создание IT бизнес-модели. Формализация бизнес-модели.

Раздел 2. Управление предпринимательской деятельностью.

Тема 4. Маркетинг. Оценка рынка.
Основы маркетинговых исследований. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов в сфере IT. Оценка рынка и целевые сегменты IT-рынка. Комплекс маркетинга IT-компаний. Особенности продаж инновационных IT-продуктов.

Тема 5. Product development. Разработка продукта.
Жизненный цикл IT-продукта. Методы разработки IT-продукта.
Уровни готовности IT-технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений. Умный жизненный цикл IT-продукта.

Тема 6. Customer development. Выведение продукта на рынок.
Концепция Customer development в IT-бизнесе. Методы моделирования потребительских потребностей. Модель потребительского поведения на IT-рынке.

Тема 7. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности.
Нормативная база. Правовые режимы охраны интеллектуальной собственности в IT-бизнесе. Признание авторства в IT-бизнесе. Разработка стратегии инновационного IT-проекта.

Тема 8. Трансфер технологий и лицензирование.
Трансфер и лицензирование IT-технологий. Типы лицензирования интеллектуальной собственности в IT-бизнесе и их применение. Расчет цены лицензии и виды платежей за IT-продукты.

Раздел 3. Проектный подход к управлению в технологическом предпринимательстве.

Тема 9. Создание и развитие стартапа.
Понятие стартапа в IT-бизнесе. Методики развития стартапа в IT-бизнесе.
Этапы развития стартапа в IT-бизнесе. Создание и развитие малого инновационного предприятия в IT-бизнесе.

Тема 10. Коммерческий НИОКР.
Мировой IT-рынок НИОКР и открытые инновации. Процесс формирования коммерческого предложения для НИОКР-контракта в сфере IT.. Проведение переговоров для заключения контракта с индустриальным заказчиком IT-продукта.

Тема 11. Инструменты привлечения финансирования.
Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития IT-стартапа. Финансовое моделирование инновационного IT-проекта/

Тема 12. Оценка инвестиционной привлекательности проекта.
Инвестиционная привлекательность и эффективность IT-проекта. Денежные потоки инновационного IT-проекта. Методы оценки эффективности IT-проектов. Оценка и отбор IT-проектов на ранних стадиях инновационного развития

Тема 13. Риски проекта.
Типология рисков IT-проекта. Риск-менеджмент в IT-бизнесе. Оценка рисков в IT-бизнесе. Карта рисков инновационного IT-проекта.

Тема 14. Инновационная экосистема.
Инновационная IT-среда и ее структура. Концепция инновационного потенциала в IT-бизнесе. Элементы инновационной инфраструктуры в IT-бизнесе.

Тема 15. Государственная инновационная политика.
Современные инструменты инновационной политики. Функциональная модель инновационной политики. Матрица НТИ. Роль университета как ключевого фактора инновационного развития в сфере IT-бизнеса.

Тема 16. Государственная инновационная политика.
Итоговая презентация IT- проектов слушателей (питч-сессия).

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.09 «Аутсорсинг в бизнесе»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	
ИД-1 (ОПК-1) Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-2 (ОПК-1) Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-3 (ОПК-1) Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	
ИД-1 (ОПК-2) Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
ИД-2 (ОПК-2) Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ИД-3 (ОПК-2) Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение

Тема 1. Сущность понятия аутсорсинг. Возникновение и эволюция аутсорсинга в практике мирового бизнеса.

Анализ понятия “аутсорсинг”. Исторические предпосылки и условия появления аутсорсинга.

Эволюционное развитие практического аутсорсинга как самостоятельной области науки и практики организации бизнеса. Сущность и преимущества аутсорсинга: “за” и “против”. Особенности становления аутсорсинга в практике современного бизнеса. Актуальные проблемы современного аутсорсинга и перспективы его дальнейшего развития.

Тема 2. Основные характеристики форм и видов аутсорсинга

Общая характеристика подходов к систематизации видов аутсорсинга: функциональный аутсорсинг; аутсорсинг бизнес-процессов; АБП-аутсорсинг, или аутсорсинг бизнес-процессов; ИТ-аутсорсинг (аутсорсинг, основанный на информационных технологиях)

Формы аутсорсинга и их характеристики. Использование различных форм и видов аутсорсинга в практике мирового бизнеса.

Тема 3. Сферы применения аутсорсинга

Аутсорсинг сферы вспомогательного производства. Аутсорсинг сферы основного производства.

Аутсорсинг сферы управления. Аутсорсинг сферы услуг.

Аутсорсинг человеческих ресурсов.

Тема 4. ИТ-аутсорсинг

Основные задачи и направления ИТ-аутсорсинга. Виды ИТ-аутсорсинга. Разовый и постоянный ИТ-аутсорсинг. Преимущества ИТ-аутсорсинга. Возможные трудности при ИТ-аутсорсинге.

Раздел 2. Аутсорсинг-контракты

Тема 5. Анализ процесса аутсорсинга

Сущность процесса аутсорсинга. Структура процесса аутсорсинга. Этапы реализации аутсорсинг-проекта. Стратегическое обоснование процесса аутсорсинга. Анализ фактического состояния и стратегическое позиционирование. Принципы стратегического позиционирования. Структуризация функций и бизнес процессов

Тема 6. Развитие современного рынка аутсорсинговых услуг в России и за рубежом.

Общая характеристика состояния современного мирового рынка аутсорсинговых услуг. Развитие рынка аутсорсинга в США в настоящее время. Рынок аутсорсинга в Европе; Азии. Российский рынок аутсорсинга: современность и перспективы. Тенденции развития рынка аутсорсинговых услуг в России и за рубежом. Решение проблемы качества в управлении процессом аутсорсинга в России

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.10 «Электронный бизнес»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
ИД-1 (УК-2) Знает процедуру управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает модели построения взаимодействий в электронном бизнесе
	Знает этапы и методы развития электронного бизнеса
ИД-2 (УК-2) Умеет планировать проект с учетом последовательности этапов реализации и жизненного цикла проекта	Умеет анализировать возможности применения моделей электронного бизнеса на предприятии
	Умеет определять формы и инструменты развития организации в рамках электронного бизнеса
ИД-3 (УК-2) Владеет ключевыми навыками проектного управления на всех этапах жизненного цикла проекта	Владеет навыками постановки целей для электронного бизнеса
	Владеет навыками планирования и организации электронного бизнеса
ОПК-5 - Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	
ИД-1 (ОПК-5) Знает современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач	Знает основные процессы, характеристики и виды электронного бизнеса
	Знает виды и модели электронного бизнеса
ИД-2 (ОПК-5) Умеет применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	Умеет определять формы и инструменты развития организации в рамках электронного бизнеса
	Умеет определять условия, влияющие на эффективность решения об использовании методов электронного бизнеса
ИД-3 (ОПК-5) Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе использования интеллектуальных информационно-аналитических систем, при решении профессиональных задач	Владеет навыками управления электронным бизнесом
	Владеет навыками оценки рейтинга электронного предприятия

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы электронной коммерции

Тема 1. Электронная коммерция в системе рыночных отношений

Определение электронного бизнеса, его составляющие. Технологии электронной коммерции в потребительском секторе. Основные бизнес-модели в условиях Интернет-среды: B2B, B2C, C2C, C2B. Принципы ведения бизнеса в Интернет.

Тема 2. Web-сайт как основа бизнеса в Интернет

Классификация Web-серверов. Интерактивные магазины. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в условиях электронного бизнеса. Продвижение сайтов в поисковых системах. SEO как инструмент электронной коммерции.

Раздел 2. Реклама и модели электронной коммерции

Тема 3. Реклама в Интернет

Ценовые модели размещения рекламы (оплата по количеству показов, фиксированная оплата, оплата по количеству кликов). Инструменты интернет-рекламы (баннерная реклама, регистрация в поисковых системах и каталогах, Яндекс.Директ и реклама с использованием электронной почты).

Тема 4. Торговые системы в интернет-среде

Классификация торговых интернет-систем. Интернет-магазины. Выбор оптимального варианта реализации интернет-магазина: обзор платформ для проектирования интернет-магазинов. Интернет-аукционы, типы по схемам проведения торгов. Модели и технологии электронной коммерции в межкорпоративном секторе B2B.

Тема 5. Платежные системы

Классификация платежных систем. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.

Раздел 3. Современное развитие электронной коммерции

Тема 6. Финансово-кредитные системы в электронной коммерции

Интернет-банкинг. Интернет-страхование. Электронная криптовалюта Bitcoin.

Тема 7. Безопасность в системах электронной коммерции

Методы обеспечения безопасности. Виды угроз электронным документам. Стандарты и сертификаты цифровой подписи.

Тема 8. Основы современного интернет-маркетинга

Маркетинговые исследования. Формирование имиджа фирмы. Понятие SMM. Продвижение в социальных сетях. Выгоды для потребителей, получаемые при использовании сети Интернет.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.11 «Психология бизнеса»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
ИД-1 (УК-6) Знает приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей Знает психологические факторы эффективного бизнеса
ИД-2 (УК-6) Умеет определять приоритеты личностного и профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	Умеет расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки Умеет планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
ИД-3 (УК-6) Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом изменяющихся требований рынка труда	Владеет навыками определения целей профессионального роста Владеет навыками выявления стимулов для саморазвития

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в курс «Психология бизнеса».

Понятие о психологии бизнеса. Понятийный и терминологический аппарат дисциплины «Психология бизнеса» (гlossарий). Место дисциплины в научном пространстве. Актуальность изучения дисциплины. Цель, задачи, объект и предмет дисциплины. Структура (основные разделы) курса. Психология бизнеса в системе наук. Взаимосвязь психологии бизнеса с макро- и микроэкономикой. Взаимосвязь психологии бизнеса с социальной психологией, психологией управления, психологией труда, инженерной психологией, экономической психологией и т.д. Социокультурный подход к психологическим и коммерческим проблемам.

Тема 2. Этапы предпринимательской деятельности.

Действующие лица бизнеса. Предприниматель. Предприниматель, предприимчивость и дух предпринимательства. Предприниматель: начало деятельности. Путь предпринимателя. Менеджер. Пирамида развития менеджерских навыков. Инвестор. Лидер.

Тема 3. Социальная психология бизнеса.

Конкуренция и конкурентность в бизнесе. Конкуренция в бизнесе. "Образцовая конкуренция". Конкуренция и партнерство. Учредительские отношения и отношения управления в бизнесе. Ответственность, доверие, недоверие. Отношения с сотрудниками.

управление персоналом. Работа с мотивацией. Вовлечение персонала в управление фирмой (партиципация). Формирование команд.

Тема 4. Психологические основы этики бизнеса.

Отношение к деньгам. Предпринимательские проблемы в отношениях к деньгам. Этика бизнеса. Принцип экономической целесообразности. Принцип ситуативности. Этика индивидуальной ответственности в бизнесе.

Тема 5. Психотерапевтическая организация диалога.

Диалог: типология вопросов. Речь как инструмент управления поведением. Техника анализа речи: метамодель. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции. Гипнотическое направление изучения психологии продаж. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи. Атакующий стиль воздействия коммерсанта.

Тема 6. Возражения покупателя и их обработка

Типология вопросов и логические уровни. Этапы обработки возражения. Приемы обработки возражения. Типовые возражения. Возражения по цене.

Тема 7. Психология презентации

Магия презентации товара (услуги). Основы подготовки и проведения презентаций. Методика проведения презентаций. Критерии оценки презентаций: увлекательность, содержательность, визуализация (запоминаемость), интерактивность (активация), сбалансированность. Рекомендации по совершенствованию процесса подготовки и проведения презентаций.

Тема 8. Стрессы в деятельности коммерсанта

Общие факторы стресса. Факторы профессионального стресса. Специфические факторы стресса у коммерсанта. Этапы стресса. Последствия стресса. Защита от профессионального стресса, или антистрессовая саморегуляция.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.12 «Лидерство и управление командой»**

Результаты обучения по дисциплине

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
ИД-1 (УК-3) Знает основные методы организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели	Знает теоретические аспекты эффективного лидерства
	Знает приемы работы в команде и принципы распределения ролей в команде
ИД-2 (УК-3) Умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Умеет применять принципы и методы организации командной деятельности
	Умеет создавать условия эффективной командной работы для достижения поставленной цели
ИД-3 (УК-3) Владет навыками организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели	Владет навыками создания команд
	Владет навыками работы в команде

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	1 семестр	1 курс
Защита КР	1 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность социального лидерства как базового элемента групповой организации.

Определение дефиниции «лидер», ее отличие от понятий «руководитель» и «управленец». Понятие, черты, функции, уровни лидерства. Классификации лидеров. Типология лидеров в зависимости от выполняемых ими функций и доминирующего мотива деятельности. Понятие и классификации типов лидерства. Объективные и субъективные факторы, влияющие на формирование стиля и типа лидерства.

Тема 2. Ролевые функции и типологические характеристики лидерства.

Понятие власти, руководства и лидерства и их соотношение. Теории лидерства. Теория черт, поведенческий подход, ситуационный подход, теория адаптивного руководства. Стили руководства. Авторитарно-либеральный континуум стилей руководства. «Теория Х» и «теория Y» Дугласа Мак Грегора. Четыре стили лидерства по Р. Лайкерту. Пять стилей руководства, предложенных Робертом Блейком и Джейн Моутоном («управленческая решетка»). Суть ситуационного и адаптивного стилей руководства и лидерства в условиях социальных трансформаций.

Тема 3. Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции.

Компоненты личностного ресурса лидерской позиции: мотивационно-ценностный, интеллектуально-когнитивный, эмоциональный, коммуникативно-поведенческий. Модели компетенций. Основные типы компетенций. Лидерские компетенции. Мотивация к достижению. Внутреннее стремление к саморазвитию. Креативность. Работоспособность. Умение вдохновлять, заражать идеями. Эмоциональная компетентность. Управленческая компетенция. Понятие о социальной ответственности лидера. Современная технология лидерства: понятие, особенности и детерминанты.

Тема 4. Командообразование как ключевая задача лидеров-руководителей

Команда как особый тип организации. Теории формирования команд. Диалектика отношений лидера и последователей в процессе развития команды. Классификаций ролей в команде. Мыслитель, исследователь ресурсов, оценивающий, коллективист, доводящий до конца, действующий, председатель. Лидер, руководитель команды. Эффективно действующая команда. Оценка личностных качеств персонала, их творческого потенциала, рефлексивная оценка собственных индивидуально-психологических и личностных характеристик

Тема 5. Групповая динамика и групповые роли.

Группа как динамическое образование, Этапы развития группы. Команда как этап группового развития. Феномены групповой динамики: конфликты, огруппление мышления, влияние меньшинства и т.п. Основные групповые роли и статусы Лидер и руководитель как групповые роли.

Тема 6. Социальные конфликты в команде и управление ими

Понятие конфликта. Разновидности конфликтов: внутриличностные, межличностные, конфликты между личностью и группой, межгрупповые. Объективная и субъективная составляющие конфликта. Анализ системы межличностных отношений, возникающих в социальной группе в связи с совместной деятельностью. Игровые, взрывные и лавиноподобные конфликты. Анализ избранных стратегий поведения в конфликтной ситуации. Проектирование переговорного процесса.

Тема 7. Групповое лидерство.

Понятие группового лидерства. Простейшие характеристики групповой структуры. Характеристик рабочих групп. Классификация групп. Групповое лидерство на основе консенсуса. Консенсусная стратегия. Консенсусная конкретизация целей. Консенсусные средства достижения целей. Консенсусные критерии эффективности. Консенсусные стратегии антикризисной коррекции. Групповое лидерство на основе внутренней интеграции. Выработка групповой политики и стратегии. Выработка иерархии и полномочий. Выработка требований к стилю лидерства. Групповое лидерство на основе организационной культуры.

Тема 8. Социально-психологическое исследование лидерства и малой группы: прикладные аспекты.

Методы социально-психологического исследования: тестирование, интервью, наблюдение, эксперимент, анкетирование и т.п. Социометрическое изучение групповой структуры.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.13 «Реинжиниринг бизнес-процессов»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-5 Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	
ИД-1 (ОПК-5) Знает современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач	Знает методы и принципы подготовки аналитических материалов для оценки текущей деятельности предприятия и выработки стратегических решений с использованием информационных технологий
ИД-2 (ОПК-5) Умеет применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	Умеет применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач
ИД-3 (ОПК-5) Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе использования интеллектуальных информационно-аналитических систем, при решении профессиональных задач	Владеет навыками формирования и внедрения системы показателей оценки эффективности информационных технологий при решении профессиональных задач

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	2 семестр	1 курс
Защита КР	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Система процессного управления.

Эволюция подходов к управлению компанией. Понятия процессного подхода. Этапы формирования процессной структуры компании. Внедрение процессного управления в

уже существующей компании. Главная формула построения и оптимизации организации. Моделирование бизнес-процессов

Тема 2. Идентификация и выделение бизнес-процессов

Четыре группы бизнес-процессов. Основные бизнес-процессы и их характеристики. Обеспечивающие бизнес-процессы. Бизнес-процессы управления. Бизнес-процессы развития. Пример дерева бизнес-процессов компании. Правила описания бизнес-процессов. Глубина описания бизнес-процессов. Другие способы классификации бизнес-процессов. Аутсорсинг процессов.

Тема 3. Технология описания бизнес-процессов

Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов. Способы описания бизнес-процессов. Классический подход и методология описания бизнес-процесса. Описание окружения бизнес-процесса. Построение диаграмм потоков данных – DFD. Построение диаграммы потоков работ – WFD. Методы сбора информации при описании бизнес-процессов. Семь «золотых» правил описания бизнес-процессов

Тема 4. Ранжирование бизнес-процессов и разработка стратегии процессного совершенствования

Выбор приоритетных бизнес-процессов. Критерии выбора. Оценка важности бизнес-процессов. Экспертная оценка. Разработка критериев важности. Сопоставление бизнес-процессов и критических факторов успеха. Весовое сопоставление бизнес-процессов и критических факторов успеха. Расчет важности бизнес-процессов. Оценка проблемности бизнес-процессов. Экспертная оценка проблемности бизнес-процессов. Разработка критериев проблемности бизнес-процессов. Методика простой оценки проблем процесса. Методика весовой оценки проблем процесса. Анализ проблем процесса. Сущность методик простой и весовой оценок проблемности процесса. Качественный граф связей. Диаграмма Исикавы, или диаграмма «рыбий скелет». Количественный граф связей.

Тема 5. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов

Определение целей и критериев оптимизации бизнес-процессов. Ключевые показатели результативности бизнес-процессов (KPI = Key.Performance Indicator). Классификация показателей KPI. Показатели бизнес-процесса. Критерии выбора KPI. Карта показателя KPI. Конечный результат использования KPI.

Тема 6. Роль и значение регламентирующих документов

Этапы проектирования организации. Основные назначения регламентов. Процессные и структурные регламенты. Структура системы регламентации. Правильный и неправильный подход к регламентации Технологии бизнес инжиниринга. Процессные регламентирующие документы. Характеристика разделов регламента бизнес-процесса. Особенности использования регламента бизнес-процесса. Регламент процедуры. Структурные регламентирующие документы. Характеристика разделов регламентирующих документов

Тема 7. Оценка стоимости бизнес-процесса

Выделение бизнес-процессов компании. Описание бизнес-процессов компании. Оценка стоимости бизнес-процессов. Работа системы процессного учета затрат. Возможные трудности оценки стоимости процесса

Тема 8. Организация проекта по оптимизации бизнес-процессов

Этапы системы управления бизнес-процессами в компании. Как эффективно внедрить процессное управление в компании

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.01 «Рекламный менеджмент»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	
ИД-1 (ПК-4) Знает теоретические подходы к планированию, реализации и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижению рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Знает теоретические подходы к планированию, реализации и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижению рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
ИД-2 (ПК-4) Умеет осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Умеет осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
ИД-3 (ПК-4) Владеет навыками планирования, реализации и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Владеет навыками планирования, реализации и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	3 семестр	2 курс
Защита КР	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, цель и задачи курса «Рекламный менеджмент».

Соотношение рекламного менеджмента с другими дисциплинами. Объект и предмет рекламного менеджмента. Цель и задачи курса «Рекламный менеджмент». Основные

понятия рекламного менеджмента. Функции рекламного менеджмента. Определение менеджмента. Специфика рекламного менеджмента. Способы выделения предмета рекламного менеджмента из её объекта. Традиции изучения предмета рекламного менеджмента. Принципы типологии и систематизации рекламного процесса с позиции управления.

Тема 2. Рекламная деятельность и среда существования менеджмента на рынке рекламы.

Рекламная деятельность: определение, типы, роли, функции. Управленческие отношения как информационные связи при производстве рекламы. Общие и специфические принципы управления рекламой. Функции управления рекламой. Современные классификации видов рекламы. Основные виды рекламной деятельности и средства распространения рекламы. Игроки на рекламном рынке: рекламодаделец, рекламные агентства, СМИ, свободные торговцы идеями, исследовательские организации. Государственное регулирование рекламной деятельности в РФ. Бизнес и предпринимательство на рекламном рынке. Соотношение технологии и творчества в рекламном процессе. Управление рекламой как элементом маркетинга. Маркетинговые коммуникации и их интеграция. Реклама и другие составляющие маркетинга: отличия и основные взаимосвязи. Принятие решений в рекламном менеджменте.

Тема 3. Реклама как объект управления.

Понятие рекламы и рекламного менеджмента. Роль рекламы в современном мире. Реклама как атрибут современного бизнеса. Реклама как вид бизнеса. Рекламный процесс как система. Модель рекламной коммуникации. Участники рекламной коммуникации и рекламный рынок. Элементы управления рекламой: цель, способ достижения, объект и субъект управления, окружающая среда. Содержание рекламного менеджмента. Административный и креативный менеджмент. Творческая стратегия. Составляющие творческой стратегии. Творческая идея.

Тема 4. Теоретические основы рекламной коммуникации.

Информационное обеспечение рекламы. Понятие информационного обеспечения рекламы и его структура. Основные требования к организации информационного обеспечения рекламы. Виды информации по обеспечению управления рекламой.

Тема 5. Психологические механизмы воздействия рекламы лекционное занятие.

Структура психологической установки на приобретение товаров, сформированные рекламой. Три компонента психологической установки: когнитивный, эмоциональный, поведенческий. Необходимость учета всех этих компонентов при создании рекламного продукта. практическое занятие. Функции рекламы в создании новых потребностей. Классификация потребностей. Поведение потребителей. Основные рекламные модели: AIDA, DAGMAR, AIDMA, ACCA, DI-BARA.

Тема 6. Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности.

Рекламное агентство как система. Роль и функции рекламных агентств на рынке рекламы. Виды рекламных агентств. Персонал и организационная структура рекламного агентства. Взаимоотношения рекламодателя и рекламного агентства с позиции теории управления. Оплата услуг. Привлечение клиентов. Управление кадрами в рекламном агентстве. Выбор рекламного агентства. Взаимодействие рекламного агентства и рекламной службы предприятия. Планирование рекламной компании рекламным агентством. Продвижение заказа и способы контроля за его прохождением. Взаимодействие структур рекламного агентства. Роль исследований при управлении рекламной деятельностью рекламного агентства. Календарь рекламных акций.

Тема 7. Организация рекламного процесса рекламодателем.

Менеджмент рекламных служб. Рекламная активность фирмы. Сравнение возможностей рекламных агентств и рекламных служб организаций. Структура и функции ре-

кларной службы. Менеджер по рекламе и его обязанности. Менеджер торговой марки. Организационная культура в рекламном подразделении. Нормы и ценности в рекламной деятельности. Проблемы мотивации деятельности в рекламе. Покупка средств рекламы. Функция покупки средств рекламы. Выбор носителя рекламы. Оценка эффективности носителей рекламы.

Тема 8. Особенности рекламного менеджмента в различных видах носителей рекламы, организация рекламной деятельности СМИ.

Особенности рекламы в прессе. Сравнение рекламных возможностей газет и журналов. Специфика рекламно-информационных изданий. Модульная и статьявая реклама. Виды и особенности печатной рекламы. Требования к оригинал-макету. Прямая почтовая рассылка. Цели и ситуации использования прямой почтовой рекламы. Работа со списками рассылки. Особенности телевидения как средства распространения рекламы. Виды телевизионной рекламы. Этапы создания телевизионной рекламы. Особенности радио как средства рекламы. Возможности и ограничения радиорекламы. Наружная реклама: виды и основные цели. Реклама на транспорте и в местах продаж. Виды и особенности рекламы в сети Интернет. Баннерная реклама. Реклама через поисковые системы. Особенности Интернет-аудитории. Повышение эффективности корпоративного сайта. Выставка как комплексное рекламное мероприятие. Сувенирная реклама. Контекстная реклама в кино, телефильмах и прессе. Обзор рекламного медиарынка России. Сравнительная характеристика средств размещения рекламы. Критерии выбора видов рекламы и средств ее размещения.

Тема 9. Аудитория рекламы и управление рекламными исследованиями.

Понятие целевой аудитории. Подходы к классификации потребителей рекламы. Стратегии сегментации. Виды целевой аудитории: продавцы, покупатели (клиенты), эксперты. Выбор целевой аудитории. Типы целевых аудиторий и поведенческие особенности. Цели в отношении пробных и повторных покупок. Модель последовательного поведения и воздействие на целевую аудиторию. Низкововлеченная и высокововлеченная аудитория. Дополнительные переменные для целевой аудитории.

Референтная группа, ее изучение и учет. Позиционирование с учетом особенностей аудитории. Анализ рынка и потребителя. Анализ конкуренции. Исследование мотивации потребителей. Задачи рекламных исследований. Основные направления исследований в рекламе. Первичное, промежуточное и итоговые исследования. Первичные и вторичные данные. Этапы рекламного исследования. Панельные и трекинговые исследования. Методы исследования: наблюдение, эксперимент, опрос, фокус-группы, проективные методы. Особенности личного интервью, телефонного и почтового опроса. Генеральная совокупность и выборка. Обеспечение репрезентативности выборки. Оценка достоверности результатов исследований и принятие рекламной концепции.

Тема 10. Управление созданием рекламного сообщения.

Основные требования к рекламному сообщению. Разработка идеи. Текст, его виды и структура (слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза). Психология восприятия. Понятие и виды психологического влияния. Привлечение внимания и его удержание. Обеспечение запоминаемости. Обеспечение воздействия на поведение. Приемы увеличения эффективности сообщения. Композиция и месторасположение текста. Выбор и согласование визуального ряда (шрифты, изображения). Координация деятельности различных специалистов в ходе создания рекламного сообщения. Управленческое тестирование. Тестирование рекламы в реальных условиях. Измерение эффектов коммуникации. Тестирование мероприятий по стимулированию сбыта. Контроль за рекламной кампанией и оценка ее эффективности. Измерения при отслеживании рекламной кампании. Методы контрольных исследований. Применение результатов контрольных исследований. Износ рекламы. Меры борьбы с износом. Деятельность менеджера торговой марки и менеджера по рекламе при организации взаимодействия. Мотивация творческих работников и оценка

их труда. Техническое задание на разработку рекламы. Требования к макету. Тестирование и оценка рекламных сообщений.

Тема 11. Стратегическое планирование рекламной деятельности организации.

Разработка рекламной концепции и стратегии организации. Сущность и цели планирования. Взаимосвязь с маркетинговыми стратегиями. Понятие стратегического менеджмента в рекламе – ориентация на решение долговременных задач, разработка долгосрочных планов. Понятие и содержание рекламной стратегии предприятия. Этапы стратегического планирования. Цели рекламы. Функции и виды целей. Определение конкретных целей рекламы. Принятие решения о позиционировании. Сроки стратегического планирования и корректировка рекламной стратегии. Порядок действий при организации планирования.

Тема 12. Подготовка и проведение рекламной кампании.

Организация взаимодействия участников рекламного процесса. Понятие и виды рекламных кампаний. Этапы проведения рекламной кампании. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства (СМИ) при разработке рекламных кампаний. Цель рекламной кампании. Целевая аудитория. Концепция товара и разработка рекламной идеи. Планирование рекламных мероприятий во времени. Выбор рекламной тактики. Обоснование выбора средств рекламы. Определение оптимальной частоты повторения рекламы. Работа со СМИ. Медиапланирование. Принятие решения о календарном плане и интенсивности подачи рекламы. Покупка рекламных ресурсов и организация работы. Анализ достигнутых результатов. Отчет о проведении рекламной кампании.

Тема 13. Рекламный бюджет и эффективность рекламы.

Маркетинговые цели рекламной кампании: по цене, по издержкам, по объему продаж. Определение размера рекламного бюджета: метод целей и задач, экспертный метод IAF/5Q, метод статистической проекции. Рекламный бюджет новой товарной категории, новой торговой марки, устоявшейся марки. Качество расходов на рекламу. Факторы, влияющие на размер бюджета. Теоретическая основа принятия решения о величине рекламного бюджета. Анализ по предельным экономическим показателям. Подходы к определению рекламного бюджета. Рекламный бюджет новой и устоявшейся марки. Проблема оценки эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. Критерии психологической эффективности рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.

Тема 14. Институциональный фактор в рекламе.

Формальные и неформальные экономические институты и реклама. Особенности рекламного воздействия с учетом российских институциональных условий.

Тема 15. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Гражданское, торговое, международное право и их роль в правовом регулировании рекламной деятельности. Правовое обеспечение рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в России и за рубежом. Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные институты рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики. Налоговая политика. Закон о рекламе. Закон о СМИ. Закон о защите авторских прав. Закон о защите прав потребителей. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности. Права рекламодателя и рекламного агентства. Страховое регулирование рекламной деятельности. Неформальные способы регулирования рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности. Традиции, общественные нормы, мораль, общественное мнение. Профессиональный этический кодекс.

Основные понятия: законодательное поле, государственная политика в области рекламы, Закон о рекламе, законотворческий процесс, внутренняя структура закона, правовые механизмы, профессиональные этические нормы.

Тема 16. Международный рекламный менеджмент.

Понятие международного рекламного менеджмента. Отличительные черты международного рекламного менеджмента. Рекламные стратегии международных фирм. Сегментация рынка. Факторы, влияющие на рекламу и рекламные цели. Языковые ограничения. Исследования в области международного рекламного бизнеса.

Тема 17. Социальные, этические и правовые аспекты рекламной деятельности.

Развитие правовой базы в области регулирования рекламы. Закон РФ "О рекламе". Лживая реклама и реклама, вводящая в заблуждение. Неэтичная реклама. "Эпатажная реклама". Перспектива этико-правового развития рекламного процесса.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.02 «Стратегический маркетинг»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-5 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИД-1 (ПК-5) Знает теоретические подходы к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	знает основные направления маркетинговой деятельности предприятия знает основные стратегии маркетинга в области ассортиментной политики, сбыта, ценообразования и продвижения, стратегии маркетинга, применяемые на различных этапах жизненного цикла товара
ИД-2 (ПК-5) Умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	анализирует и разрабатывает основные конкурентные стратегии маркетинга в области ассортиментной политики, сбыта, ценообразования и продвижения
ИД-3 (ПК-5) Владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	оценивает маркетинговый план компании проводит стратегический анализ деятельности предприятия

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг как объект управления. Основные понятия

Определения маркетинга. Сфера деятельности маркетинга: цели, функции, принципы. Концепции управления маркетингом. Виды маркетинга

Практическое занятие (ПР1) Маркетинг как объект управления. Основные понятия

Тема 2. Стратегический анализ

Маркетинговая среда: управляемые и неуправляемые факторы. Макросреда маркетинга. Управляемые и неуправляемые факторы внешней среды. Микросреда маркетинга. Управляемые и неуправляемые факторы микросреды маркетинга.

Организация и проведение маркетинговых исследований

Модели анализа экономической среды.

Модели анализа внешней экономической среды. Аналитическая модель SLEPTE. STEP-анализ, ЕТОМ-анализ

Анализ на микроуровне

Аналитическая модель пяти сил М.Портера. Условия, определяющие конкурентную силу посредников. Типология и характеристика конкурентных ситуаций

Анализ и оценка внутренней среды компании

GAP- анализ, имитационное моделирование, бенчмаркинг, сценарный и факторный анализ

SWOT-анализ. Особенности использования аналитической модели SWOT
Модель 7S Mc Kinsey

Тема 3 Анализ продукции и рыночной стратегии (Моделирование с помощью стратегических матриц)

Методы анализа и разработки портфеля. Маркетинговая стратегическая матрица.

Модель «Продукт – рынок» (матрица Ансоффа). Варианты стратегий развития по И. Ансоффу

Модель «Доля рынка – рост рынка» (портфолио-анализ, матрица Boston Consulting Group (БКГ)). Классификация стратегических элементов в рамках анализа по модели BCG
Матрица АДЛ.

Модель «Привлекательность рынка – преимущества в конкуренции» (матрица Мак-Кинзи McKinsey и General Electric (GE)). Многофакторная матрица GE.

Преимущества и недостатки стратегических моделей.

Тема 4 Конкурентные стратегии

Общие стратегические направления. Определение конкурентного преимущества.

Конкурентные стратегии Стратегии конкурентного поведения в условиях олигополии. Конкурентные стратегии. Стратегии «лидера». Методы расширения рынка. Варианты стратегии «защиты доли рынка». Виды атакующих стратегий (по направлению атаки). Виды атакующих стратегий (по инструментам воздействия). Стратегии последователей. Стратегии специалиста по направлению специализации.

Тема 5. Содержание маркетинговой деятельности предприятия и организация управления маркетингом

Стратегия маркетинга. Анализ возможностей предприятия. Маркетинговые исследования. Сравнительная характеристика потребительского рынка и рынка организаций-потребителей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга: разработка товаров; выбор способов распространения товаров; продвижение товаров. Стратегии ценообразования.

Виды и типы организационных структур управления маркетинговой деятельностью предприятия.

Тема 6. Стратегическое планирование

Этапы и содержание стратегического планирования. Разработка корпоративной миссии. Цели и задачи компании. Планирование развития хозяйственного портфеля.

Выбор стратегии развития компании. Виды и типы стратегий. Классификация стратегий роста.

Стратегии, ориентированные на целевые рынки

Стратегии в области дифференциации и позиционирования

Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии дифференциации. Особенности стратегии специализации. Стратегия наилучшей стоимости. Стратегии роста (Интенсивный и интеграционный рост).

Стратегические варианты и жизненный цикл продукта. Стратегии выходы на рынок.

Критерии выбора стратегии компании. Содержание основных разделов плана маркетинга.

Тема 7. Маркетинговый контроль

Типы маркетингового контроля. Содержание, цели, объекты, приемы и методы контроля. Контроль за выполнением годовых планов. Содержание и порядок контроля. Контроль прибыльности. Стратегический контроль.

План ревизии маркетинга. Ревизия маркетинговой среды. Ревизия стратегии маркетинга. Ревизия организации маркетинга. Ревизия подсистем управления маркетингом. Ревизия результативности маркетинга. Ревизия функциональных составляющих маркетинга.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.03 «Инновационные маркетинговые коммуникации»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	
ИД-1 (ПК-4) Знает теоретические подходы к планированию, реализации и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижению рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Знает виды маркетинговых коммуникаций
	Знает современные тенденции в области продвижения
	Знает этапы формирования программы продвижения (рекламы, стимулирования сбыта)
ИД-2 (ПК-4) Умеет осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Анализирует существующую политику продвижения компании:
	Находит и применяет в соответствующей рыночной ситуации нужный элемент комплекса продвижения
ИД-3 (ПК-4) Владеет навыками планирования, реализацию и оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Владеет практическими навыками, необходимыми для разработки и реализации программы продвижения продукта или бренда

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие маркетинговых коммуникаций и их место в комплексе маркетинга.

Суть современного маркетинга. Сегментирование рынка, отбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные варианты и стратегии позиционирования.

Основные составляющие комплекса маркетинга: товарная, ценовая политика, политика и сбыта и его продвижения

Основные понятия, используемые для обозначения комплекса мер по воздействию на потребителей: ФОСТИС, продвижение, комплекс продвижения, маркетинговые коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации.

Тема 2. Классификация средств продвижения

Реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг и личные продажи

ATL (размещение рекламы в средствах массовой информации: печатные СМИ, радио, телевидение, кино, наружная реклама (в т.ч. реклама на транспорте), а также indoor) и BTL (стимулирование сбыта среди торговых посредников, стимулирование сбыта среди потребителей, прямой маркетинг, special events, POS-материалы)

Факторы, влияющие на структуру комплекса продвижения

Расчет бюджета на продвижение

Тема 3. ATL. Медиапланирование

Виды рекламы Цели рекламы. Классификация рекламных средств и их выбор. Расчет бюджета на рекламу Оценка эффективности

Тема 4 СТИС

Основные направления и средства стимулирования сбыта. Формирование программы стимулирования сбыта. Оценка эффективности. Трайвертайзинг. Трансьюмеризм Ивент маркетинг Семплинг.

Тема 5 PR

Понятие и основные инструменты. Инновационные элементы PR: Crazy PR. Life Placement. Storytelling. Трайвертайзинг.

Тема 6 Личные продажи

Роль личных продаж. Различные стили личных продаж Психология продаж Сбытовое подразделение Процесс продажи.

Тема 7 Прямой маркетинг

Формы и роль прямого маркетинга. Директ мейл. Маркетинг с использованием каталогов. Реклама прямого отклика. Интернет-маркетинг. Телемаркетинг. Маркетинговые исследования в Интернет. Web 2.0 Marketing

Тема 8. Мерчандайзинг.

Эволюция мерчандайзинга

Методы управления восприятием покупателей. Способы формирования «импульса покупки». Категорийный мерчандайзинг Размещение товара в магазине

Размещение в магазине рекламно-информационных материалов POS-материалы

Организация переводных заказов

Тема 9. Современные технологии и инструменты продвижения

Наружная реклама с использованием окружающей среды, в которой пребывает целевая аудитория: нетрадиционные, или альтернативные СМИ Ambient media

Скрытый (вирусный, партизанский) маркетинг. Слухи

Мобильный маркетинг

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.04 «Научный семинар «Инновации в экономике, коммерции, управлении и ИКТ»»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ	
ИД-1 (ПК-1) Знает методы поиска и анализа инноваций в экономике, управлении и ИКТ	Формулирует сущность, виды, методы инноваций в экономике, коммерции, управлении и ИКТ
ИД-2 (ПК-1) Умеет проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ	Применяет на практике методы поиска и анализа инноваций в экономике, управлении и ИКТ
ИД-3 (ПК-1) Владеет навыками поиска и анализа инноваций в экономике, управлении и ИКТ	Представляет результаты научных исследования в инновационной деятельности и экономике в виде научных статей, презентаций и выступлений

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Инновации в рыночной экономике

Основные понятия инновационного развития. Введение в теорию инноваций. Модели инновационных процессов. Инновационная среда как важнейшее условие эффективных инноваций. Виды инноваций в экономике, управлении и ИКТ.

Тема 2. Методологический аппарат научного исследования

Научная терминология, понятийный и методологический аппарат в области научно-исследовательских работ рассматривается в аспекте направления подготовки "Торговое дело". Основные информационные блоки при формулировании цели магистерской диссертации.

Тема 3. Теоретическая база, методологические основы и методы исследования

Взаимосвязь понятий методология, метод и методика. Пример описания теоретической и методологической базы магистерской диссертации на тему "Организация перехода к ИТ-аутсорсингу на предприятии". Классификация методов научного исследования. Классификация общенаучных методов исследования. Типовые ошибки, допускаемые сту-

дентами при описании теоретической базы, методологических основ и методов исследования.

Тема 4. Научная новизна и практическая значимость результатов

Схема описания элементов научной новизны. Типовые ошибки, допускаемые студентами при описании элементов научной новизны. Примеры описания элементов научной новизны в магистерских диссертациях.

Тема 5. Методические рекомендации по написанию исследовательских работ

Основные информационные блоки аннотации. Список лексико-синтаксических конструкций, рекомендуемых при изложении основной части магистерской диссертации. Лексико-синтаксические конструкции, рекомендуемые для употребления в заключении.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 «Управление предприятием в сфере коммерции»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен проверять качество представленных товаров, работ, услуг	
ИД-1 (ПК-2) Знает теоретические подходы к оценке качества представленных товаров, работ, услуг	Знает методы анализа, постановки задач, оперативного контроля, стратегического планирования и выстраивания взаимоотношений с поставщиками и потребителями
ИД-2 (ПК-2) Умеет формулировать систему показателей для оценки качества представленных товаров, работ, услуг	Умеет выстраивать систему показателей для оценки качества представленных товаров, работ, услуг
ИД-3 (ПК-2) Владеет навыками оценки качества представленных товаров, работ, услуг	Владеет навыками анализа, постановки задач, оперативного контроля, стратегического планирования и предпринимательской деятельности

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Предприятие как особый объект управления

Понятие и признаки предприятия. Законы предприятия. Жизненный цикл предприятия. Виды предприятий. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. Организационные структуры предприятия. Общая классификация предприятий. Управление предприятием: компоненты системы управления предприятием. Функциональные подсистемы управления предприятием. Управленческие технологии.

Тема 2. Стратегическое планирование деятельности предприятия

Характеристики целей. Роль постановщика целей. Замысел (миссия) организации... Технология составления стратегического (долгосрочного и масштабного) план. «Боевые планы» (планы на короткий период времени). Практика их использования в организациях. Планы, программы, проекты и приказы. Их жесткая взаимосвязь для целей координации.

Цикл деятельности. Цикл управления (PDCA). Место и роль стратегического планирования в системе управления. Системный подход к управлению организацией. МВО.

Тема 3. Управление трудовым коллективом

Организационная структура управления предприятием. Типы, виды организационных структур управления. Системы управления персоналом и построения команды.

Тема 4. Управление технологическими процессами предприятия

Процессный подход в управлении. Виды бизнес-процессов. Технологические процессы на предприятии. Оценка эффективности технологических процессов на предприятии. Аутсорсинг и аутстаффинг как способ повышения эффективности технологических процессов. ИТ обеспечение технологических процессов предприятия.

Тема 5. Управление коммерческими процессами

Построение деятельности коммерческого блока компании. Регламентация процесса продажи. Управление продажами. Технологии продаж: 5 шагов продаж, СПИН-продажи. Коммерческие предложения. Оценка эффективности продаж.

Тема 6. Эффективность коммерческой деятельности и системы операционной отчетности

Понятие эффективности. Принципы управления эффективностью. соответствие ключевых показателей эффективности должностным обязанностям и поставленным задачам. Определение стандартов эффективной работы и использование их на всех этапах оперативного менеджмента. Система управленческой отчетности.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 «Современные технологии в управлении»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен проверять качество представленных товаров, работ, услуг	
ИД-1 (ПК-2) Знает теоретические подходы к оценке качества представленных товаров, работ, услуг	Знает современный инструментарий управления предприятием
ИД-2 (ПК-2) Умеет формулировать систему показателей для оценки качества представленных товаров, работ, услуг	Формулирует ключевые показатели эффективности для оценки результатов деятельности предприятия
ИД-3 (ПК-2) Владеет навыками оценки качества представленных товаров, работ, услуг	Оценивает эффективность результатов деятельности предприятия

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Эволюция методов управления организацией

Развитие представлений об организации и ее бизнес-модели. Современные концепции управления бизнес-моделью организации. Управление предприятием: компоненты системы управления предприятием. Функциональные подсистемы управления предприятием. Управленческие технологии.

Тема 2. Стратегическое планирование деятельности предприятия

Характеристики целей. Роль постановщика целей. Замысел (миссия) организации... Технология составления стратегического (долгосрочного и масштабного) план. «Боевые планы» (планы на короткий период времени). Практика их использования в организациях. Планы, программы, проекты и приказы. Их жесткая взаимосвязь для целей координации. Цикл деятельности. Цикл управления (PDCA). Место и роль стратегического планирования в системе управления. Системный подход к управлению организацией. МВО.

Тема 3. Управление трудовым коллективом

Организационная структура управления предприятием. Типы, виды организационных структур управления. Системы управления персоналом и построения команды.

Тема 4. Управление технологическими процессами предприятия

Процессный подход в управлении. Виды бизнес-процессов. Технологические процессы на предприятии. Оценка эффективности технологических процессов на предприятии. Аутсорсинг и аутстаффинг как способ повышения эффективности технологических процессов. ИТ обеспечение технологических процессов предприятия.

Тема 5. Управление коммерческими процессами

Построение деятельности коммерческого блока компании. Регламентация процесса продажи. Управление продажами. Технологии продаж: 5 шагов продаж, СПИН-продажи. Коммерческие предложения. Оценка эффективности продаж.

Тема 6. Эффективность коммерческой деятельности и системы операционной отчетности

Понятие эффективности. Принципы управления эффективностью. соответствие ключевых показателей эффективности должностным обязанностям и поставленным задачам. Определение стандартов эффективной работы и использование их на всех этапах оперативного менеджмента. Система управленческой отчетности.

Тема 7. Инструментарий проведения организационных изменений

Организационно-методические основы создания системы контроллинга в организации. Бенчмаркинг-технологии. Концепция «Шесть сигм» как инструмент управления изменениями.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 «Страхование рисков в коммерческой деятельности»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применять страхование как один из методов управления риском	
ИД-1 (ПК-3) Знает методы управления рисками и основные подходы к принятию рациональных и эффективных решений по управлению коммерческими рисками закупок и поставок	Знает методы управления рисками и основные подходы к принятию рациональных и эффективных решений по управлению коммерческими рисками закупок и поставок
ИД-2 (ПК-3) Умеет принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применять страхование как один из методов управления риском	Умеет принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применять страхование как один из методов управления риском
ИД-3 (ПК-3) Владеет навыками принятия рациональных и эффективных решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применения страхования как одного из методов управления риском	Владеет навыками принятия рациональных и эффективных решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применения страхования как одного из методов управления риском

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные аспекты и тенденции риск-менеджмента

Основные определения и понятия риск-менеджмента. Процессы управления риском. Категории «риск» и «доходность». Основные элементы и этапы управления риском. Манипулирование риском. Глобальные задачи в области управления рисками: применение риск менеджмента; управление рисками по их типам; точность оценок рисков. Функции риск-менеджмента. Организация риск-менеджмента. Понятия: интуиция, инсайт, эвристика. Правила риск-менеджмента. Расчет коэффициента риска. Функции отдела рискованных вложений капитала. Информационное обеспечение функционирования риск-менеджмента.

Тема 2. Классификация рисков

Классификация рисков по их функциональной направленности. Чистые и спекулятивные риски. Производственный риск. Коммерческий риск. Финансовый риск. Риски зависимости от основной причины их возникновения. Риски, связанные с покупательной способностью денег. Инвестиционные риски. Производственный риск. Коммерческий риск. Финансовый риск. Селективные риски. Риск банкротства. Биржевые риски. Транспортный риск – четыре группы по степени ответственности (E, F, C, D.). Валютный риск. Региональный риск. Отраслевой риск. Инновационный риск. Риски неисполнения хозяйственных договоров. Риски изменения рыночной конъюнктуры и усиления конкуренции. Риски возникновения непредвиденных расходов и снижения доходов. Риски потери имущества бизнеса. Риск невостребованности продукции. Форс – мажорные риски.

Тема 3. Анализ и оценка степени риска

Идентификация и концептуальные направления анализа рисков. Качественный анализ. Количественной оценки. Этапы идентификации и анализа рисков. Принципы информационного обеспечения системы управления риском. Полезность информации. Эффективность управления риском. Доступность информации. Достоверность информации. Общие группы источников информации при анализе конкретных рисков. Информационная система, обслуживающая процесс управления рисками. Визуализация рисков. Приемы визуализации рисков. Плотность распределения в связи с реализацией предупредительного мероприятия. Концепция приемлемого риска. Пороговые значения риска. Рисковый капитал. Система неопределенностей. Полная неопределенность. Полная определенность. Частичная неопределенность. Критерии определения оптимальности в сфере неопределенности. Определение степени риска. Методы оценки риска: количественный и качественный.

Внутренняя норма доходности (IRR); ожидаемая норма доходности (ERR). Коэффициент вариации (CV). Нормальное распределение вероятностей и кривая рисков. Эмпирическая шкала допустимого уровня риска. Кривая рисков. Методы экспертных оценок при определении степени риска. Концепция рисковой стоимости (Value at risk – VAR). Ключевые параметры определения рисковой стоимости (VAR). Объективный метод установления доверительного интервала и временного горизонта. Традиционные техники аппроксимации распределения $R_t(T)$:

- параметрический метод;
- моделирование по историческим данным;
- метод Монте – Карло; анализ сценариев.

Тема 4. Управление рисками, как система менеджмента

Процесс управления рисками в организации и его этапы. Идентификация и анализ риска. Анализ альтернатив управления риском. Методы минимизации негативного влияния неблагоприятных событий. Классификация методов управления рисками. Выбор методов управления риском. Исполнение выбранного метода управления риском. Мониторинг результатов и совершенствование системы управления риском. Методы управления рисками (четыре группы). Методы уклонения от риска. Схема методов управления рисками. Ограничения применения методов управления рисками. Основные реквизиты страхового полиса или свидетельства. Основные контракты, заключаемые при передаче риска. Методы локализации и диссипации риска. Четыре основных вида интеграции, как способ минимизации риска. Диверсификация, как видность методов диссипации риска. Виды диверсификации. Методы компенсации

риска, как упреждающие методы управления рисками. Снижение предпринимательских рисков. Методы проверки деловых партнеров правила пяти «С». Управление информационными рисками. Группы информационных рисков. Методы финансирования рисков и схема их классификации. Покрытие убытка из текущего дохода (Current expensing of losses). Покрытие убытка из резервов (Reserving). Покрытие убытка за счет использования займа (Borrowing). Покрытие убытка на основе самострахования (Self-Insurance). Создание кэптиновых страховых организаций (captive insurance). Покрытие ущерба за счет передачи ответственности на основе договора (Contractual transfer). Покрытие убытка на основе поддержки государственных либо муниципальных органов (Budget support). Покрытие убытка на основе спонсорства (Sponsorship).

Тема 5. Отраслевое управление рисками

Управление банковскими рисками. Классы источников информационной неопределенности. Подход к управлению рисками Ф. Найта, основанный на математической базе для количественного измерения. Определение банковского риска. Виды банковских рисков. Риск невозврата размещенных ресурсов банка. Оценка ссудного риска банка. Объект размещения ресурсов банка (ОРР). Суммарный риск нескольких банковских активов. Показатели рискованности ОРР банка. Базовая схема проведения оценки рискованности ОРР. Методика и основные этапы оценки рискованности ОРР банка. Методология формализованной оценки рискованности объекта размещения ресурсов банка. Управление рисками, возникающими при лизинговом инвестировании. Страховая защита участников лизинговой сделки. Превентивные и поддерживающие мероприятия риск-стратегий. Матрица стратегического потенциала. Риск-менеджмент в сфере агропромышленного производства. Хеджирование рисков. Форвардные и фьючерсные контракты. Опционы. Страхование или хеджирование. Модель хеджирования.

Тема 6. Риск-менеджмент в разрезе инвестиционной стратегии. Портфельный менеджмент

Анализ риска в инвестиционной программе с привлечением кредитов. Выбор оптимального инвестиционного проекта. Метод "ПАТТЕРН". График вероятностей периодов погашения кредита. Суммарные значения вероятностей периодов погашения кредита. Двухуровневые вероятности окупаемости программ инвестирования. Расчет совокупных вероятностей периодов окупаемости инвестиций. Совокупные вероятности обобщенных периодов окупаемости в программах инвестирования. Рейтинговые значения двухуровневых вероятностей окупаемости инвестиций. Расчет рейтинговых значений совокупных вероятностей периодов окупаемости инвестиций. Основные понятия и принципы оценки эффективности инвестиций. Эффективность участия в проекте собственного капитала. Объем собственных средств участника. Объем собственных средств, вкладываемых в проект. Интегральные показатели эффективности. Оценка эффективности: проекта в целом; участия в проекте. Показатели эффективности участия в проекте. Рациональный выбор инвестиционного портфеля. Реальные и финансовые инвестиции. Этапы процесса управления инвестициями. Портфельные стратегии: активные и пассивные. Диверсифицированный портфель. Кривые безразличия. Рисковые и безрисковые активы. Двухпараметрическая модель Гарри Марковица. Ковариационная матрица. Анализ значений риска портфелей.

Тема 7. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования бизнеса

Экспертные системы: определение, состав, функции. Интеллектуальный анализ данных (Data Mining). Создание СППР на основе хранилищ данных. История разработки и принципы построения OLAP. Анализ состояния развития СППР и их классификация. Концепция системы принятия решений в бизнесе.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применять страхование как один из методов управления риском	
ИД-1 (ПК-3) Знает методы управления рисками и основные подходы к принятию рациональных и эффективных решений по управлению коммерческими рисками закупок и поставок	Знает методы управления рисками, используемые при проектировании коммерческих проектов
ИД-2 (ПК-2) Умеет принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применять страхование как один из методов управления риском	Умеет принимать рациональные и эффективные решения по управлению коммерческими рисками при проектировании коммерческой деятельности
ИД-3 (ПК-3) Владеет навыками принятия рациональных и эффективных решения по управлению коммерческими рисками закупок и поставок и применения страхования как одного из методов управления риском	Владеет навыками принятия рациональных и эффективных решения по управлению коммерческими рисками при проектировании коммерческой деятельности

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

- Тема 1. Основы бизнес-проектирования и его роль в современном предпринимательстве.
- Тема 2. Планирование: зарубежный опыт и российская специфика.
- Тема 3. Модели и методы бизнес-проектирования в условиях рынка.
- Тема 4. Ресурсное обеспечение бизнес-проектирования.
- Тема 5. Бизнес-план: понятие, структура, классификация.
- Тема 6. Разработка разделов бизнес-проекта (маркетинг, финансы, риски, персонал).
- Тема 7. Бизнес-процессы в организации: понятие, виды, проектирование.
- Тема 8. Содержание и организация внутрифирменного планирования.
- Тема 9. Стратегическое планирование.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
ФТД.01 «Деловой английский язык»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ФК-1 способен осуществлять устную и письменную коммуникацию в сфере профессионального общения на английском языке	
ИД-1 (ФК-1) Знает базовые ценности мировой культуры	характеризует основные базовые ценности мировой культуры и их роль в профессиональной деятельности
ИД-2 (ФК-1) Умеет принимать участие в беседе, выражая необходимый объем коммуникативных намерений и соблюдая правила речевого этикета	использует наиболее употребительные и относительно простые языковые средства в основных видах устной речи в соответствии с правилами этикета с целью решения коммуникативных задач
ИД-3 (ФК-1) Умеет общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание	использует основные модели построения предложений на иностранном языке; наиболее употребительную профессиональную лексику, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание
ИД-4 (ФК-1) Владеет основными видами монологического высказывания, в том числе основами публичной речи, такими как устное сообщение, доклад, презентация	владеет навыками публичной речи (сообщение, доклад, презентация) на иностранном языке для осуществления успешной коммуникации

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	1 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Профессиональная коммуникация.

Тема 1. Профессии.

Основные виды работы, их краткая характеристика на английском языке; описание обязанностей, связанных с выполнением того или иного вида работы.

Тема 1. Прием на работу.

Современные требования к кандидату при поступлении на работу. Основные документы при принятии на работу.

Раздел 2. Компании и организации.

Тема 3. Типы компаний.

Типы компаний и организаций, сферы их деятельности.

Тема 4. Структура компании.

Описание структуры компании, названия отделов, их функции.

Раздел 3. Межкультурная коммуникация в деловой среде.

Тема 5. Бизнес и культура.

Традиционные модели поведения в разных странах, зависимость ведения деловых переговоров от культуры страны.

Тема 6. Деловая поездка.

Командировки, их особенности и условия.

Раздел 4. Продукты и услуги.

Тема 7. Бренды и рекламная деятельность.

Знаменитые бренды и роль рекламы в продвижении товара на рынке.

Тема 8. Качество.

Современные требования к качеству товаров. Брак. Жалоба на различные дефекты.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
ФТД.02 «Педагогика высшей школы»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ФК-2 Способен конструировать образовательный процесс с учетом условий, индивидуальных особенностей и психофизических возможностей личности в условиях высшей школы	
ИД-1 (ФК-1) Знает специфику, структуру и модели построения педагогического процесса в высшей школе	знает классификацию педагогических методов и современные подходы к их использованию
	характеризует систему педагогических технологий, используемых в условиях вуза
ИД-2 (ФК-1) Умеет проектировать методическую систему работы преподавателя высшей школы	конструирует воспитательный и образовательный процесс личности в условиях высшей школы, осознавая личную ответственность за цели, средства, результаты педагогической работы
	использует в своей деятельности профессионально-этические нормы, принятые в высшей школе
	оперативно ориентируется в сложных случаях из педагогической практики и эффективно решает актуальные задачи
ИД-3 (ФК-1) Владеет навыками профессионального мышления, необходимыми для осуществления педагогической деятельности, а также навыками анализа и обработки педагогической информации	владеет понятийным аппаратом педагогики высшей школы
	применяет базовые знания о методах, приемах и средствах управления педагогическим процессом
	реализует технологии практико-ориентированного подхода к организации учебной деятельности
	владеет активными и интерактивными педагогическими технологиями, в том числе технологиями коллективного обучения

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы педагогики высшей школы

Тема 1. Основы педагогики и психологии высшей школы

Понятие педагогики высшей школы. Предмет и задачи педагогики высшей школы. Место педагогики высшей школы в системе педагогических наук. Исторические аспекты развития высшей школы. Современное состояние высшего образования в России. Принципы государственной политики в области высшего образования. Закон РФ «Об образовании». Закон РФ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании». Государственный образовательный стандарт и образовательные программы. Понятие и сущность содержания образования. Нормативные документы, регламентирующие содержание

образования. Образовательные учреждения высшего профессионального образования. Перспективы развития высшей школы в Российской Федерации

Тема 2. Личность как объект и субъект педагогики.

Движущие силы и основные закономерности развития личности в процессе познавательной деятельности. Факторы, влияющие на формирование личности.

Образование как общественное явление и педагогический процесс.

Российские и международные документы по образованию. Российские законы и нормативные правовые акты по вопросам высшего образования. Образовательные стандарты высшего образования.

Тема 3. Методология и методы педагогических исследований в высшей школе

Понятие методологии педагогики. Методологические принципы педагогики. Структура, логика и методы научно-педагогического исследования. Основные требования к исследовательской работе в высшей школе.

Раздел 2. Дидактика высшей школы

Тема 4. Педагогический процесс в высшей школе.

Дидактика как отрасль научного знания. Педагогические категории, обеспечивающие функционирование педагогического процесса. Высшее учебное заведение как педагогическая система. Цели и содержание обучения в высшей школе.

Понятия «законы» и «закономерности» процесса обучения. Обзор основных законов и закономерностей обучения. Принципы обучения: и специфика их реализации в высшей школе. Процесс и стиль педагогического взаимодействия в высшей школе.

Тема 5. Методы, формы и средства обучения в высшей школе.

Классификация методов обучения. Формы обучения в высшей школе.

Учебно-нормативные документы организации педагогического процесса в высшей школе. Средства обучения. Выбор методов и средств обучения.

Технологии обучения в высшей школе. Развитие творческого мышления в процессе обучения.

Тема 6. Профессиональное становление преподавателя высшей школы

Конкурентоспособность будущего специалиста как показатель качества обучения. Профессионализм и саморазвитие личности педагога. Научно-исследовательская деятельность преподавателя. Педагогическая культура преподавателя. Общение в педагогическом коллективе. Педагогические конфликты в процессе общения и их преодоление. Самообразование как средство повышения эффективности профессиональной деятельности педагога.

Раздел 3. Воспитательный процесс в высшей школе.

Тема 7. Цель воспитания как педагогическая проблем.

Воспитание как специально организованная деятельность по достижению целей образования. Общие и индивидуальные цели воспитания.

Тенденции и принципы гуманистического воспитания. Формирование эстетической культуры. Традиционные и инновационные подходы к воспитанию. Гражданское, правовое, экономическое и экологическое воспитание в системе формирования базовой культуры личности.

Патриотическое воспитание. Физическое воспитание молодежи.

Тема 8. Воспитательный процесс в высшей школе.

Методы, средства и формы воспитания в современной педагогике. Сущность и организационный основы функционирования учебно-воспитательного коллектива. Этапы и уровни развития учебно-воспитательного коллектива. Основные условия развития коллектива

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
ФТД.03 «Организационно-управленческая деятельность»**

Результаты обучения по дисциплине

Код, наименование индикатора		Результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ФК-3		готовность к организационно-управленческой деятельности в условиях развития Тамбовского региона
	ИД-1 (ФК-3)	знание основных современных направлений исследований и достижений в науке (на примере НИР ТГТУ)
	ИД-2 (ФК-3)	знание истории и развития промышленности, сельского хозяйства, медицины, экономики и формирования облика Тамбовского региона
	ИД-3 (ФК-3)	умение пользоваться основными законами в профессиональной сфере
	ИД-4 (ФК-3)	владение инструментами планирования и прогнозирования на предприятиях в условиях рынка

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	3 семестр	2 курс

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в организационно-управленческую деятельность

Понятие организационно-управленческой деятельности. Схема системы управления, структура системы управления. Базовые понятия управленческой деятельности. Понятие и виды управления, функции менеджмента, история управления и эволюции управленческой мысли.

Тема 2. Организация как объект управления

Понятие и классификация организаций, жизненный цикл организации. Факторы внутренней среды организации, факторы макро- и микросреды внешней среды организации.

Анализ состояния организации на различных этапах ее жизненного цикла.

Тема 3. Основы стратегического менеджмента

Понятие о стратегическом управлении. Предприятие как бизнес-система. Жизненный цикл предприятия. Стратегические цели предприятия, система целей предприятия, целевое управление.

Суть и типы стратегий, выбор стратегии развития предприятия.

Тема 4. Методы управления.

Система методов управления. Организационно-административные методы управления. Экономические методы управления. Социально-психологические методы управления.

Тема 5. Управленческие решения

Понятие и виды управленческих решений. Выявление и анализ проблем. Процесс выработки рационального решения. Организация выполнения решения.

Тема 6. Организационная структура управления

Суть и типы организационных структур управления. Основные характеристики иерархических структур управления. Основные характеристики адаптивных структур управления. Проектирование организационных структур управления.

Тема 7. Маркетинговый менеджмент

Концепция маркетинга. Определение спроса. Конкурентное поведение. Формирование (стимулирование) спроса. Удовлетворение спроса

Тема 8. Управление персоналом

Функции и задачи службы управления персоналом предприятия. Подбор и отбор персонала. Особенности подбора руководящих кадров. Обучение (подготовка, переподготовка и повышение квалификации) персонала. Мотивация и аттестация персонала. Увольнение персонала.

Тема 9. Управленческие конфликты

Внутриорганизационные конфликты: суть, причины, виды, формы. Конфликт как процесс. Стратегии преодоления конфликта. Переговоры как способ преодоления конфликтов. Переговорный процесс

Тема 10. Контроль в управлении

Суть и принципы управленческого контроля. Классификация управленческого контроля. Этапы процесса контроля. Внешний и внутренний контроль.