

Безопасность жизнедеятельности

Аннотация:

Курс «Безопасность жизнедеятельности» направлен на развитие у студентов навыков безопасности и проведения необходимых мероприятий в случае появления различных чрезвычайных ситуаций. Предлагаемые для изучения темы курса и семинарские занятия позволят сформировать у студентов навыки, мировоззрение и поведенческие реакции по предупреждению и минимизации воздействия последствий чрезвычайных ситуаций в случае их возникновения.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций владения основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Основное внимание уделено методам идентификации вредных и опасных факторов производственной окружающей среды, оценке их вредного и опасного действия на человека, техническим способам и средствам защиты человека от опасного и вредного действия антропогенных производственных факторов.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» дает специалисту следующие знания: теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек - среда обитания»; правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; основы физиологии и рациональные условия деятельности; анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов, их идентификацию; оказание первой помощи при чрезвычайных ситуациях (ЧС); средства и методы повышения безопасности; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в ЧС; методы прогнозирования ЧС и их последствий; организация защиты населения в условиях ЧС; принципы и методы качественного и количественного анализа опасностей; структура и механизмы функционирования систем управления безопасностью жизнедеятельности; психологические аспекты ЧС и чрезвычайные ситуации социального характера.

В качестве входного уровня данных компетенций на вводном занятии проводится тест по материалам, изучаемым в 10-11 классах общеобразовательной школы по дисциплине «Основы безопасности жизнедеятельности».

Для успешного усвоения БЖД в УМК включены материалы, раскрывающие фундаментальные и эмпирические аспекты безопасности с разных позиций. В ходе работы над материалами необходимо ознакомиться с различными трактовками ключевых категорий БЖД, выполнить предложенные задания.

Цель:

Формирование у будущих специалистов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности и требований безопасности и защищенности человека. Реализация этих требований гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека, готовит его к действиям в экстремальных условиях.

Задачи:

Основная задача дисциплины – вооружить студентов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для: создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; идентификации негативных воздействий среды обитания от негативных воздействий; реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; обеспечения устойчивого функционирования объектов экономики в соответствии с требованиями безопасности и экологичности в штатных и чрезвычайных ситуациях; принятия решений по защите персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также принятия мер по ликвидации их последствий; прогнозирования развития негативных воздействий и оценки последствий их действий.

Иностранный язык (английский)

Аннотация:

.Курс «Иностранный язык (английский) [КАЯМК]» предназначен для изучения английского языка студентами неязыковых факультетов, обучающихся по программам «бакалавриат» и «специалитет» и представляет собой следующую ступень изучения иностранного языка после аналогичной дисциплины в рамках школьной программы и/или факультативных дисциплин «Иностранный язык для начинающих (английский) [бакалавриат]» и «Иностранный язык для продолжающих (английский) [бакалавриат]». В ходе работы над дисциплиной приобретаются лингвострановедческие знания, продолжается развитие умений говорения, аудирования и письма на бытовые и академические темы, формируются и закрепляются лексические и грамматические навыки, необходимые для академической и профессиональной коммуникации.

The course “Foreign Language (English) [Basic Level] [КАЯиМК]” is determined for bachelor or specialist students of non-linguistic faculties and it represents the next step in the study of a foreign language after a similar course within the comprehensive school curriculum and / or optional disciplines “Foreign language for beginners (English) [bachelor's degree]” and “Foreign language for beginners (English) [bachelor's degree]” at PSU. During the course students acquire linguistic and intercultural knowledge, develop of speaking, listening, and writing skills on everyday and academic topics, form lexical and grammatical skills necessary for academic and professional.

Цель:

Основной целью УМК является обеспечение необходимыми учебно-методическими материалами учебной дисциплины и способствование в приобретении и развитии указанных в УМК компетенций.

Основной целью изучения дисциплины является развитие у студентов практических навыков и умений коммуникации на английском языке через представленные в пособие комплексы заданий, призванных задействовать все виды речевой деятельности.

Задачи:

1. Развивать навыки и совершенствовать умения во всех видах речевой деятельности (аудирование, письмо, чтение, говорение) на английском языке,
2. Развивать умения аргументировано и логически выстраивать устные и письменные высказывания,
3. Развивать навыки работы со словарями и иными источниками информации, в т.ч. электронными.

Требования к уровню освоения содержания:

Для успешного освоения курса необходимо освоение курса английского языка в рамках школьной программы или прохождение факультативных курсов "Иностранный язык для начинающих (английский) [бакалавриат]" и/или Иностранный язык для продолжающих (английский) [бакалавриат].

История России

Аннотация:

В рамках курса история России рассматривается в контексте больших исторических процессов и тенденций, в сравнительной ретроспективе с историческим опытом других культур и регионов. Особое внимание сосредоточено на переходных эпохах, масштабных противоречиях и конфликтах, менявших векторы исторического развития, на ситуациях межкультурного диалога и политической динамики. История Отечества рассматривается как многоаспективный и многофакторный процесс. События общенационального масштаба рассматриваются в контексте региональной истории, специфики процессов, происходивших на территории Прикамья и Урала.

Курс разработан на основе «Концепции преподавания истории России для неисторических специальностей и направлений подготовки, реализуемых в образовательных организациях высшего образования» (2022) и ориентирован на формирование представлений о событиях прошлого на основе современных методологических подходов и достижений исторической науки с целью становления гражданской и национальной идентичности.

Курс предназначен для студентов вузов, которые прошли уже обучение по истории в средней школе и усвоили базовый практический материал в соответствии с Историко-культурным стандартом по отечественной истории и ФГОС основного общего образования (утвержден 31.05.2021 г. п. 45.6.1.1., 45.6.1.2).

Курс строится на проблемном уровне осмысления исторического материала.

Цель:

Целью курса является формирование у студента знания исторического наследия и уважения к культурным традициям своей страны в контексте всеобщей истории, толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества.

Задачи:

- 1) сформировать представление об основных этапах российской истории в контексте всеобщей истории на основе современной историографии;
- 2) выявить общее и особенное в отечественном и мировом историческом процессе; способствовать формированию личности студента, сочетающей в себе научное мировоззрение, уважительное отношение к историческому наследию, гражданственность, патриотизм;
- 3) научить студентов выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся отношения к историческому прошлому.

Логика

Аннотация:

Курс «Логика» направлен на овладение основными понятиями логики, приемами и методами, правилами и законами рационального мышления. Студенты знакомятся с природой и спецификой логического знания, наиболее известными логическими теориями, составляющими ядро современной логики. Содержание курса включает логический анализ естественного языка, классическую логику высказываний и исчисление высказываний, обоснование фундаментальных свойств логических теорий – непротиворечивости, полноты и разрешимости. Особое внимание отводится анализу форм мышления – понятию, суждению и умозаключению, таким логическим процедурам как дедуктивное рассуждение, формирование понятий и операции над ними, определение, классификация, индукция, аналогия, выдвижение и проверка гипотез, прямым и непрямым способам аргументации, доказательства и опровержения.

Цель:

Развитие навыков аналитического мышления, базирующегося на способности анализировать с позиции логической правильности собственные рассуждения и рассуждения оппонента.

Задачи:

- сформировать у студентов понимание форм и законов логического мышления, методологии формально-логического решения наиболее типичных научных и практических проблем;
- научить будущих специалистов осознанно пользоваться исходными принципами логически правильного мышления;
- укрепить у студентов навыки формирования стройной и убедительной мысли;
- сформировать у студентов научные логические основы, усиливающие их мировоззренческую позицию и направленные на эффективное решение задач, выдвигаемых теорией и практикой;
- обучить будущих специалистов умению предвидеть события и планировать лучшим способом свою деятельность, видеть «логику вещей», вести дискуссию и полемику.

Основы проектной деятельности

Аннотация:

Перед Вами учебно-методический комплекс по дисциплине «Основы проектной деятельности». Он построен по принципу маршрута, пройдя по которому вы сможете из проектной идеи выстроить концепцию проекта и представить её потенциальному инвестору, заказчику или партнеру. Фактически перед Вами маршрутный лист большой деловой игры. На каждой станции — теме — вас ждут новая информация и задания. Выполнив их, вы приобретете новые знания и умения, которые помогут вам выстроить собственный проект. О чем же должен быть этот проект? Конечно, о том чтобы реализовать Вашу идею, то есть пройти путь от идеи до результата (продукта, события, технологии, товара или услуги). В начале дисциплины Вам нужно будет определиться с идеей проекта, которую нужно будет довести до результата. Ваша задача состоит в том, чтобы выбрать понравившуюся вам идею и к итоговому занятию подготовить презентацию для потенциального инвестора или заказчика так, чтобы, послушав вас, он с радостью согласился вложить деньги в ваш проект (или в вас). В случае если вы очень сильно постараетесь, деловая игра может превратиться в реальность, учебная группа — в настоящую команду проекта, а эксперт, перед которым вы будете выступать, — в инвестора, который действительно даст вам первые финансовые средства на реализацию проекта или пригласит на работу. У вас есть реальный шанс уже в ближайшее время открыть собственное дело или, по крайней мере, приобрести такие компетенции, которые позволят вам это сделать в будущем.

Цель:

Цель УМК по дисциплине "Основы проектной деятельности" состоит в целенаправленном формировании у обучающихся ряда навыков, позволяющих реализовывать свои идеи в форме проектов, быть активными участниками проектной деятельности.

Задачи:

Задачами курса являются приобретение навыков по:

1. моделированию идеи проекта;
2. созданию эффективной команды проекта;
3. разработке плана проекта проекта;
4. оценке рынка и конкурентов проектной идеи;
5. определению подходящих источников финансирования проекта;
6. оценке необходимых ресурсов для реализации проекта и построению финансового плана (сметы) проекта;
7. оценке инвестиционной привлекательности;
8. оценки рисков проекта;
9. презентации проекта перед заинтересованными сторонами.

Основы российской государственности

Аннотация:

УМК по дисциплине «Основы российской государственности» формирует системное представление у обучающихся об ответах на актуальные вызовы современности, которые стоят перед российским государством, а также способствует самоопределению и социализации обучающихся на основе общепринятых ценностей и норм поведения, формированию у них развитого чувства гражданственности и патриотизма.

Цель:

Цель преподавания дисциплины «Основы российской государственности» является формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи:

представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;

представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;

исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;

обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Прикладная физическая культура

Аннотация:

.Для студентов всех направлений подготовки и специальностей дисциплина «Прикладная физическая культура» реализуется в объеме 328 академических часов (8 триместров) для обеспечения физической подготовленности обучающихся, в том числе профессионально-прикладного характера. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся. В каждом триместре предусмотрены для самостоятельного изучения следующие разделы: кроссовая подготовка, легкоатлетическая подготовка, лыжная подготовка, общая физическая подготовка, стретчинг, спортивные игры.

Программа дисциплины «Прикладная физическая культура» направлена:

- на реализацию принципа вариативности, более полной реализации личностно-ориентированного подхода к образовательному процессу, на планирование содержания учебного материала с учетом состояния здоровья студентов;
- на реализацию принципа достаточности и структурной сообразности программного материала, его непосредственную ориентацию на общеприкладную и личностно-значимую физическую подготовку;
- на приобретение студентами знаний, умений и навыков физкультурно-оздоровительной деятельности, проявляющихся в умении самостоятельно проводить занятия по укреплению здоровья, совершенствованию физического развития и физической подготовленности, как в условиях учебной деятельности, так и в различных формах активного отдыха и досуга.

Для студентов с ОВЗ в качестве альтернативы занятиям с повышенной двигательной активностью предусмотрены занятия в спортивной секции "Шахматы".

.For students of all directions of preparation and specialties discipline "The application-oriented physical culture" is implemented of 328 class periods (8 trimesters) for support of physical fitness of students, including professional and application-oriented character. The specified class periods are mandatory for mastering and aren't transferred to test units. The following sections are provided in each trimester for an independent study: the cross preparation, track and field athletics preparation, ski preparation, general physical training, stretching, sports.

The program of discipline "Application-oriented physical culture" is directed:

- on implementation of the principle of variability, completer implementation of the personal oriented approach to educational process, on planning of maintenance of a training material taking into account the state of health of students;
- on implementation of the principle of sufficiency and structural conformity of program material, its direct orientation to all-application-oriented and personal and significant physical training;
- on acquisition by students of knowledge, the skills of sports and improving activities which are shown in ability independently to give classes in solidifying of health, enhancement of physical development and physical fitness, both in the conditions of educational activities, and in different forms of the active recreation and leisure.

Цель:

Целью освоения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных образовательными стандартами.

Задачи:

Задачами дисциплины является:

- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- понимание социальной значимости прикладной физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений;
- совершенствования спортивного мастерства студентов-спортсменов.

Русский язык и деловая коммуникация

Аннотация:

Дисциплина «Русский язык и деловая коммуникация» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата или специалитета либо в часть программы, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина нацелена на формирование у студентов способности осуществлять деловую коммуникацию на русском языке в устной и письменной формах. Содержание дисциплины включает углубление знаний о нормах русского литературного языка и тенденциях его функционирования в информационном обществе; изучение стилистических особенностей академической и деловой речи, жанрового многообразия научных и деловых текстов; формирование у студентов практических навыков создания и редактирования текстов. Дисциплина предполагает совершенствование у обучаемых как языковых, так и метаязыковых умений, включающих развитие логического и критического мышления, способности предвидеть и преодолевать коммуникативные барьеры в профессиональном общении, формировать собственный стиль речевого поведения в профессионально значимых коммуникативных ситуациях.

В результате обучающийся сможет: 1) грамотно и аргументированно строить устную и письменную речь; 2) представлять результаты учебной и научно-исследовательской деятельности на публичных мероприятиях; 3) вести полемику и выстраивать собственную аргументацию; 4) составлять документы разных видов; 5) участвовать в профессионально значимых формах корпоративных коммуникаций (маркетинговых, аналитических, коммерческих, управленческих, кадровых, производственных и др.).

Цель:

Учебно-методический комплекс нацелен на качественное методическое оснащение учебного процесса и представляет собой систему дидактических средств обучения по дисциплине «Русский язык и деловая коммуникация», создаваемую для полной реализации образовательных задач и формирования у студентов бакалавриата и специалитета компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования. Освоение дисциплины направлено на углубление знаний о русском языке как государственном, а также на повышение уровня культуры речи обучаемых для решения профессиональных задач.

Задачи:

Важнейшими задачами дисциплины являются: 1) углубление знаний о системе и функционировании русского литературного языка; 2) развитие речевой компетентности; 3) выработка представлений о качествах и критериях хорошей речи в разных коммуникативных ситуациях; 4) освоение правил научного и делового общения в устной и письменной формах; 5) развитие мастерства публичной речи.

Социология: анализ современного общества

Аннотация:

Курс «Социология: анализ современного общества» имеет целью дать целостное представление о состоянии и тенденциях развития современного общества, составляющих его социальных групп и общностей.

Курс состоит из трех теоретических частей. Первая часть посвящена рассмотрению современных социальных процессов и изменений: глобализации, урбанизации информатизации, нарастания социальных рисков и их влияния на образ жизни и здоровье людей. В качестве отдельной темы для изучения выступает социологический анализ общественного мнения и способы использования социологических данных для решения актуальных социальных проблем. Во второй части к изучению предложена система социального неравенства (стратификации) в современном обществе, дается анализ социальных норм и девиаций, форм социального контроля, особое внимание уделяется изучению роли социальных организаций в жизнедеятельности социума. В третьей части внимание студентов сконцентрировано на характеристиках и проблемах взаимодействия социальных групп в современном обществе: семьи, гендерных групп, молодежи и этносов.

Курс ориентирован на развитие социологического мышления, способности критически анализировать и научно объяснять социальные явления и процессы, определять риски в повседневной жизни людей, осуществлять социальное прогнозирование в процессе принятия решений, применять полученные знания в практической сфере.

По окончании изучения Социология: анализ современного студент должен:

1. Иметь представление:

- об истории становления социологической науки, ее предмете, методах познания социальной реальности
- о сущности и системности социального мира, который окружает студентов и к которому они принадлежат;
- о процессе нарастания взаимозависимости обществ, протекающего во всемирном масштабе, в частности о глобализации экономики и культуры;
- о способах решения базовых социальных проблем общества;

2. Знать:

- основные категории социологической науки: социальная общность, социальный институт, социальный процесс, социальное взаимодействие и т.п.;
- основные виды социологического исследования и методы его проведения;
- основные теории общества и социальной структуры и стратификации,
- основные закономерности социальной жизни;
- факторы и механизмы социальных изменений и социальных процессов;
- закономерности социализации личности

3. Уметь:

- использовать социальные знания для решения практических задач;
- анализировать социально и личностно значимые проблемы;
- использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обоснование выводов и оценки общенаучной информации;
- оценивать уровень собственных гуманитарных и социальных знаний и определять потребность в дальнейшем обучении;
- увидеть проблему в окружающей социальной реальности (в работе трудового коллектива, нарастающий конфликт в группе и т.п.), выделить ее, обосновать актуальность;
- оказать помощь социологу в разработке программы и анкеты конкретного социологического исследования;
- предложить управляющим структурам рекомендации по разрешению проблемы;

4. Приобрести навыки: работы в коллективе;

5. Владеть:

- навыками межличностной и межкультурной коммуникациями, основанными на уважении к культурным традициям;
- умениями толерантного восприятия и социального анализа социальных и культурных различий.

6. Иметь опыт: работы с текстом и документами, подготовки материалов для составления отчетов и т.п. документов.

Цель:

Курс ориентирован на развитие социологического мышления, способности критически анализировать и научно объяснять социальные явления и процессы, определять риски в повседневной жизни людей, осуществлять социальное прогнозирование в процессе принятия решений, применять полученные знания в практической сфере.

Задачи:

В задачи курса входит следующее:

- сформировать понимание содержания социологии как науки и учебного курса;
- дать представление об основных предпосылках возникновения социологии как науки;
- сформировать представление о классических и современных социологических теориях и концепциях;
- дать навыки анализа социальных проблем современного общества, понимания социальных процессов, социальных изменений;

- научить основным методам социологического исследования

Физическая культура

Аннотация:

Учебно-методический комплекс включает тематический план дисциплины «Физическая культура». Учебная работа организуется в форме лекций и семинарских занятий. Вся программа разделена на 2 учебных периода. Контроль знаний студентов осуществляется в виде письменных контрольных мероприятий и защиты учебного проекта.

Данный комплекс предусматривает у студентов формирование знаний о физической культуре и спорту, биологических основах физической культуры, о способах развития физических качеств, принципах и методах физического воспитания, об основах врачебного контроля. Способствует формированию знаний о рациональном питании, профилактике вредных привычек, профессионально-прикладной физической подготовке. Также учебной программой предусмотрено обучение правильному проведению диагностики состояния функциональных систем организма человека, таких как: дыхательная, нервная, сердечно-сосудистая, мышечная системы и общая работоспособность организма.

The educational and methodical complex includes the thematic plan of the discipline "Physical culture". Educational work is organized in the form of lectures and seminars. The entire program is divided into 2 study periods. Control of students' knowledge is carried out in the form of written control measures and protection of the educational project.

This complex provides students with the formation of knowledge about physical culture and sports, the biological foundations of physical culture, the ways of developing physical qualities, the principles and methods of physical education, the basics of medical control. Promotes the formation of knowledge about rational nutrition, prevention of bad habits, professional and applied physical training. Also, the curriculum provides training in the correct diagnosis of the state of the functional systems of the human body, such as: respiratory, nervous, cardiovascular, muscular systems and the overall performance of the body.

Цель:

Формирование у студентов вуза физической культуры личности, проявляющейся в психофизической готовности к будущей профессиональной и социальной деятельности, умения применять знания для сохранения и укрепления своего здоровья.

Задачи:

Задачи:

1. Формировать у студентов понимание роли физической культуры в развитии личности.
2. Способствовать студентам в приобретении специальных знаний из области физического воспитания и спорта, в том числе о биологических основах физической культуры, способах развития физических качеств, функциональной диагностики своего физического состояния.
3. Научить целесообразно применять средства физической культуры в жизненной практике

Требования к уровню освоения содержания:

Студент должен владеть представлениями о физической культуре, спорте, здоровом образе жизни (ЗОЖ), анатомии человека в рамках школьной программы.

Философия

Аннотация:

Дисциплина направлена на формирование знаний об основных достижениях мировой философской мысли, современном состоянии научно-философского знания, связи философской мысли с развитием естествознания, социально-гуманитарных наук, общественно-исторической практикой, проблемами развития России. Курс философии включает два раздела: общей философии и социальной философии в рамках которых рассматриваются проблемы: мир как система, проблема сущности мира, его единства и многообразия, проблема сущности сознания, его происхождения, структуры и связи с человеком, проблемы развития и познания мира, истины и практики; общество как целостная система, законы общественного развития, принципы и различные подходы исторической типологии общества, сферы жизни общества, особенности постиндустриального общества, процессов глобализации, сущность и сущностные силы человека, смысл человеческого существования, кризис современной цивилизации, стратегия развития в XXI в. В основе содержания — идея исторического процесса как развития человеческой сущности.

В результате освоения дисциплины студенты познакомятся с основными направлениями мировой и отечественной философской мысли как рефлексии культурного разнообразия современного мира в его историческом развитии, что позволит использовать данные знания для анализа современной социальной реальности, общественных процессов, перспектив общественного развития. Связь философии с естествознанием и социально-гуманитарными науками позволит использовать научный, системный и междисциплинарный подходы к познанию природы и общества, к решению проблем науки и практики. В философской науке сам предмет ее диалектичен, что создает благоприятные условия для диалектического анализа, учит понимать явления и процессы как сложные, находящиеся в развитии, включающие множество диалектически взаимосвязанных сторон, вырабатывает умение анализировать проблемные ситуации как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними, учит видеть, ставить и решать проблемы, видеть связь между различными фундаментальными проблемами, вырабатывает способность субстанциального, сущностного, номологического их решения.

Цель:

Целью курса философии является формирование целостного мировоззрения, системного и критического мышления; знания основных этапов мировой философской мысли как рефлексии культурного разнообразия современного мира в его историческом развитии. Формирование способности анализировать проблемные ситуации и вырабатывать стратегию их решения на основе системного и междисциплинарных подходов, умение применять философскую теорию для объяснения явлений природы и общества, умения вести дискуссии, аргументировано отстаивать научную позицию, умения использовать полученные знания для анализа и решения ключевых проблем современной науки.

Задачи:

- дать глубокие знания основных течений мировой философии на различных этапах истории человечества;
- понимание основных этапов мировой философской мысли как рефлексии культурного разнообразия современного мира в его историческом развитии;
- дать знания основных направлений современной философской мысли;
- формирование целостного научного мировоззрения, опирающегося на современные достижения естественных и общественных наук и социально-исторической практики;
- формирование системного и критического мышления;
- .- Формирование способности анализировать проблемные ситуации как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
- формирование способности находить методы и способы решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарных подходов.

Бухгалтерский учет

Аннотация:

В курсе излагаются основные вопросы теории и техники бухгалтерского учета в хозяйствующих субъектах в любых формах собственности, а именно принципы бухгалтерского учета, предмет и метод бухгалтерского учета. Освящены вопросы документального оформления и отражения на счетах учета внеоборотных активов, оборотных активов, обязательств, капитала, доходов и расходов. В некоторых темах уделено внимание вопросам налогообложения. Содержание курса раскрывает компоненты финансовой отчетности, сроки ее представления пользователям бухгалтерской информации. Освящаются организационные аспекты бухгалтерского учета.

В курсе прослеживается взаимосвязь теории бухгалтерского учета, бухгалтерского (финансового) учета и финансовой отчетности, определяется место бухгалтерского учета в системе управления организации.

Теоретические и практические вопросы, являющиеся предметом рассмотрения, излагаются на современном уровне, с учетом изменений, происшедших за последнее время в нормативной базе бухгалтерского учета в Российской Федерации и международной практике

Цель:

Раскрыть сущность и значимость учета как функции управления; задачи, стоящие перед бухгалтерским учетом на современном этапе; его предмет, методологию получения и использования основных показателей хозяйственной деятельности с целью управления и контроля; систему способов получения и преобразования экономической информации, а также принципы и формы его организации

Задачи:

Задачи курса состоят в уяснении студентами:

- сущности хозяйственного учета и составной его части – бухгалтерского учета;
- требований, предъявляемых к организации учета, основанных на исторических традициях и современных тенденциях развития учетной науки;
- понимании взаимосвязи существующих способов обработки экономической информации, значения и места каждого из них в системе;
- получении представления о документальном обосновании записей как основы отражения их в учете, необходимости контроля со стороны бухгалтерии за правомочностью совершаемых операций.
- ознакомление с организационно-методологическими основами бухгалтерского учета в хозяйствующих субъектах;
- получение знаний об основных методах и способах получения необходимой для составления бухгалтерской отчетности информации;
- приобретение практических навыков ведения бухгалтерского учета

Информационные системы в управлении

Аннотация:

Содержание дисциплины дает четкое представление о том, что такое информационные системы и информационные технологии, каково их место в управлении организацией, показывает необходимость овладения технологиями и методами построения и использования информационных систем в управлении организацией. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: входной контроль в форме тестирования, рубежный контроль в форме самостоятельной работы студентов в письменной форме и устного опроса. Аттестация по усвоению содержания дисциплины проводится в первом триместре в форме зачета, а во втором - в форме экзамена.

The content of the discipline gives a clear idea of what information systems and information technologies are, what their place is in the management of an organization, shows the need to master technologies and methods of building and using information systems in the management of an organization. The discipline program provides the following types of control: entrance control in the form of testing, boundary control in the form of independent work of students in writing and oral questioning. Attestation on the assimilation of the content of the discipline is carried out in the first trimester in the form of a test, and in the second - in the form of an exam.

Цель:

Цель дисциплины заключается в формировании целостного представления о предмете на основе знаний и умений, приобретенных самостоятельно с помощью информационных технологий, которое позволит руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях, в организациях и органах власти, разрабатывать корпоративные стандарты и профили функциональной стандартизации приложений, разрабатывать процедуры и процессы управления качеством производственной деятельности, связанной с созданием и использованием систем информационных технологий.

Задачи:

1. Создание представления о современных подходах к проектированию и разработке информационных систем в управлении организацией, которое позволит выполнять функции руководителя экономическими службами и подразделениями на предприятиях, в организациях и органах власти.
2. Изучение основных структурных функциональных и технологических компонент современных информационных систем в управлении организацией.
3. Получение слушателями практических навыков по эффективному использованию современных информационных систем и технологий в управлении организацией, в том числе, на основе самостоятельной работы с применением методического материала.
4. Получение знаний по разработке корпоративных стандартов и профилей функциональной стандартизации приложений, систем, информационной инфраструктуры, а также разработке процедур и процессов управления качеством производственной деятельности, связанной с созданием и использованием систем информационных технологий.

По завершению изучения дисциплины студент должен:

1. Знать:

- сущность и значение информационных систем и технологий в развитии современного общества в условиях цифровой экономики;
- основные виды информационных систем и информационных технологий;
- основные функциональные и технологические компоненты современных информационных систем и технологий в управлении организацией;
- цели и задачи создания, внедрения и эффективного использования информационных систем в управлении;
- области применения информационных систем и информационных технологий в управлении;
- программные средства реализации информационных процессов, основные характеристики универсальных информационных технологий введения, преобразования, переработки, передачи и представления экономической информации;

2. Уметь:

- использовать для решения аналитических и исследовательских задач информационные системы и информационные технологии;
- выбирать и применять современные программные средства для решения задач в области управления;
- использовать системы поиска профессиональной информации в глобальных сетях;
- осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач;
- выбирать инструментальные средства для обработки профессиональных данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;
- использовать современные подходы к проектированию и разработке информационных систем в управлении организацией при управлении экономическими службами и подразделениями на предприятиях, в организациях и органах власти;

3. Владеть:

- информационными технологиями формирования, обработки и представления данных в информационных системах;
- методическими основами проектирования автоматизированных информационных систем;

- информационными технологиями и методами создания информационных систем средствами электронных таблиц и СУБД;
- информационно-коммуникационными технологиями в экономических информационных системах

Маркетинг

Аннотация:

Дисциплина «Маркетинг» нацелена на изучение современных концепций маркетинга является центральным аспектом управления любым целенаправленным видом деятельности и поэтому требует знания основ менеджмента организации, микро и макроэкономики. Организация эффективного маркетинга требует знания статистики, теории вероятностей, умение пользоваться вычислительной техникой. Эффективное удовлетворение потребностей рынка требует увязки дисциплины с изучением управления качеством, инновационного менеджмента, экономики и финансов организаций. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: входной контроль в форме бланочного тестирования, рубежный контроль в форме устного опроса, проверки выполнения домашнего задания, письменного или компьютерного тестирования, проведения коллоквиумов, контроля самостоятельной работы студентов в форме презентации и письменной форме

The discipline "Marketing" is aimed at the formation of professional competencies (the ability to develop a marketing plan, the ability to participate in the development of the marketing strategy of the organization, know the basic principles and mechanisms of marketing research, the ability to use in practice organizations the information obtained from marketing research, know the methods and mechanisms for evaluating new market opportunities). The modern concept of marketing is a central aspect of managing any targeted activity and therefore requires knowledge of the basics of organization management, micro and macroeconomics. The organization of effective marketing requires knowledge of statistics, probability theory, the ability to use computer technology. Efficiently meeting the needs of the market requires linking the discipline with the study of quality management, innovation management, economics and finance of organizations. The discipline program provides for the following types of control: entrance control in the form of blank testing, mid-term control in the form of oral questioning, checking homework, writing or computer testing, conducting colloquiums, monitoring students' independent work in the form of presentation and writing.

Цель:

Цель дисциплины «Маркетинг» состоит в получении знаний, умений, навыков и компетенций в области урегулирования противоречия между безгранично возрастающими потребностями общества и ограниченными ресурсами, которые в данный момент времени могут быть задействованы для производства и продажи товаров и услуг, удовлетворяющих эти потребности.

Задачи:

1. Освоение основ маркетинга применительно к сфере государственных органов федерального, республиканского и муниципального уровней, экономических служб предприятий и организаций различных отраслей и форм собственности;
2. Изучение методов маркетинговых исследований, сегментирования и позиционирования товаров на рынке;
3. Изучение основных понятий комплекса маркетинга и развитие умения частного применения политик маркетинг-микса в современной экономике;
4. Ознакомление с планированием, организацией и контролем маркетинга на предприятии;
5. Рассмотрение роли маркетинга в экономике и обществе.

Математика

Аннотация:

Курс нацелен на освоение студентами базовых понятий и методов математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии, теории дифференциальных уравнений, необходимых для использования в профессиональной деятельности.

Цель:

Сформировать представления о важнейших понятиях математики, математических моделях и математических методах, используемых для описания окружающего мира.

Сформировать компетенции необходимые для использования математического аппарата в профессиональной деятельности в области экономических и социальных наук.

Задачи:

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- формирование понимания значимости математической составляющей в экономическом образовании бакалавра;
- формирование представления о роли и месте математики в мировой культуре;
- ознакомление с системой понятий, используемых для описания важнейших математических моделей и математических методов, и их взаимосвязью;
- ознакомление с примерами применения математических моделей и методов;
- формирование навыков и умений использования математических моделей и математических методов.

Требования к уровню освоения содержания:

Знание школьного курса математики (алгебры, геометрии и др.).

Менеджмент

Аннотация:

Повсеместная цифровая трансформация предъявляет новые требования к управленческому персоналу и новые требования к программам его подготовки. Современный образовательный процесс должен предусматривать формирование умений и навыков использования цифровых продуктов, сервисов, информационных и сквозных технологий, необходимых для решения задач в соответствующей профессиональной области. Современный менеджер должен быть не только высококвалифицированным

специалистом в сфере управления, но и владеть расширенными цифровыми компетенциями. Актуальность этого подчеркивается также федеральной государственной программой «Цифровая экономика Российской Федерации» и государственной программой Пермского края «Развитие информационного общества».

Дисциплина «Менеджмент» рассматривает комплекс вопросов, связанных с управлением социально-экономическими системами в условиях цифровой трансформации. В курсе рассматриваются теоретико-методологические основы управления социально-экономическими системами, анализируется организация как объект социального управления. Особое внимание уделяется организационным структурам управления социально-экономическими системами, глубоко анализируются природа и состав функций менеджмента. Изучаются вопросы власти и лидерства, формирования корпоративной культуры организации.

Цель:

Активизация образовательного процесса по освоению теории и практики менеджмента, формирование организаторских и коммуникативных способностей студентов, формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций в области менеджмента на основе освоения ими знаний, приобретения умений и навыков, необходимых для эффективного управления организациями различных отраслей, сфер и форм собственности в условиях цифровой экономики.

Задачи:

1. Ознакомить студентов с основными тенденциями развития менеджмента в современных условиях цифровой трансформации; цифровыми инструментами, способствующими повышению эффективности индивидуальной и групповой работы.
2. Сформировать системное мышление к решению проблем организации и принятию управленческих решений.
3. Содействовать активному проявлению логичности и самостоятельности мышления, творческого подхода при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в различных областях деятельности организации.

Требования к уровню освоения содержания:

Для освоения дисциплины студент должен иметь представление о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономик, понимать многообразие экономических процессов в современном мире, их связь с другими процессами, происходящими в обществе.

Методы статистических исследований в экономике

Аннотация:

Курс «Методы статистических исследований в экономике» нацелен на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области статистического обеспечения принятия экономических решений. Все разделы дисциплины имеют методологическую и практическую направленность, ориентированы на решение ключевых проблем в сфере анализа тенденций и закономерностей развития общества. Курс содержит изложение основных принципов, категорий и общих базовых методов статистической и эконометрической науки, используемых при прогнозировании социально-экономических процессов. В связи с этим в курсе рассматриваются цели и задачи как науки и ее место в комплексе экономико-математических наук, излагаются основы построения регрессионных моделей и временных рядов, систем линейных одновременных уравнений.

Цель:

Цель курса — дать студентам представление о методах статистических исследований в области практической деятельности, позволяющей анализировать социально-экономические процессы

Задачи:

Задачами изучения дисциплины являются:

- знакомство с современными методами статистической обработки данных;
- овладение основными приемами первичной обработки исходных данных;
- изучение теории и алгоритмов метода наименьших квадратов;
- освоение методов корреляционного и регрессионного анализа, применяемых для построения различных эконометрических моделей;
- научиться использовать результаты экономического анализа для прогноза и принятия обоснования экономических решений.

Мировая экономика и международные экономические отношения

Аннотация:

Курс "Мировая экономика и международные экономические отношения" рассматривает системно и комплексно ресурсы и устройство современного мирового хозяйства, важнейшие тенденции и закономерности его развития; изучает экономические взаимосвязи между региональными, национальными и транснациональными хозяйственными комплексами, уделяет внимание теоретическим аспектам мировых экономических кризисов и глобальных экономических проблем. В процессе изучения курса студенты обучаются прикладным методам и инструментам выстраивания эффективных международных хозяйственных связей с учётом текущего состояния мировой экономики.

Данный курс поможет студентам осмыслить происходящие в мирохозяйственной сфере сложные процессы кооперирования, интеграции и транснационализации производства и обмена, а также взглянуть под практическим углом зрения на проблемы взаимодействия национальной экономики России с мировым хозяйством и международным бизнесом.

Цель:

Цель изучения курса состоит в том, чтобы на основе изучения основных закономерностей и тенденций развития мирового хозяйства научиться предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в интересах устойчивого развития экономики субъектов хозяйствования разного уровня (государства, региона, предприятия).

Задачи:

В результате изучения курса студенты будут знать современный категориальный аппарат, устройство, принципы, тенденции и институциональную структуру регулирования мировой экономики. Путём овладения сбором макроэкономической информации и методами анализа тенденций развития международного экономического сотрудничества студенты смогут анализировать возможности использования различных форм международного сотрудничества, владеть прикладными аспектами формирования международных экономических отношений для решения конкретных задач и проблем, возникающих в практической деятельности хозяйствующих субъектов разного уровня.

Налоги и налогообложение

Аннотация:

Дисциплина «Налоги и налогообложение» представляет собой теоретический курс по изучению основ организации системы отношений между государством и его населением по поводу обеспечения деятельности государственных институтов финансовыми ресурсами.

В курсе рассматриваются формы и виды обязательных платежей, их сходство и отличие. Особое внимание уделяется определению налогового платежа, его организационным элементам: объект и субъекты налогообложения; налоговая база и налоговые ставки; временные характеристики с выделением обязательных и дополнительных элементов. Уделяется внимание функциям и классификации налогов.

В курсе изучаются общие и частные теории налогов и налогообложения, рассматриваются понятие и принципы налоговой системы, а так же основные принципы и особенности построения современной налоговой системы РФ. Отдельные темы посвящены рассмотрению различных режимов налогообложения.

Цель:

Цель изучения дисциплины – помочь студентам разобраться в механизме финансирования деятельности государства посредством поступления средств в форме обязательных платежей от предприятий и домохозяйств.

Задачи:

В результате изучения дисциплины студент должен:

- 1) иметь представление об истории налогообложения, теоретических аспектах налогообложения: налоговом давлении, налоговой нагрузке, оптимальном налогообложении и т.п.;
- 2) знать действующий механизм исчисления налогов юридических и физических лиц, порядок применения специальных налоговых режимов;
- 3) уметь применить полученные теоретические знания и приобретенные практические навыки;
- 4) владеть навыками исчисления налоговой базы, производить расчеты сумм налоговых платежей, определять налоговое обременение налогоплательщика, находить пути решения вопросов, возникающих в практической деятельности организаций.

Основы планирования на предприятии (организации)

Аннотация:

Планирование деятельности предприятия является одной из функций управления предприятием. В процессе планирования определяются цели и задачи предприятия, необходимые средства и этапы их реализации. В условиях рыночной экономики планирование деятельности предприятия позволяет решить целый комплекс задач: выявление перспектив изменения внешнего окружения фирмы; формирование целей и стратегии развития; определение первостепенных задач и способов их решения, затрат и результатов деятельности; прогнозирование изменения состояния предприятия; согласование работы подразделений предприятия; формирование базы для проведения контроля, реализации целей и выполнения задач.

Цель:

сформировать у студентов систему знаний о планировании на предприятии и его место в управлении предприятием, сформировать навыки и умения разрабатывать стратегические, тактические и бизнес-планы, показать практическое использование основ планирования в процессе решения ряда конкретных задач в деятельности предприятия.

Задачи:

- сформировать общие представления о современных достижениях теории и практики планирования на предприятии, позволяющих правильно понимать производственноэкономические задачи, стоящие перед современным предприятием;
- изучить принципы и методы осуществления плановой деятельности на предприятии;
- овладеть приемами и навыками технико-экономического и оперативно-производственного планирования на предприятии;
- использовать результаты планирования в целях обоснования принятия оптимальных управленческих решений.

Правовые основы экономической деятельности

Аннотация:

Содержание дисциплины предопределено содержанием экономической деятельности и системой нормативных правовых актов, обрамляющих экономический оборот. В фокусе изучения находится правовое регулирование предпринимательской деятельности, механизм осуществления публичного контроля/надзора в сфере ведения экономической деятельности. Отдельное внимание уделяется правовому положению индивидуальных предпринимателей, юридических лиц и самозанятых граждан. В структуру дисциплины также включены темы, связанные с несостоятельностью (банкротством) хозяйствующих субъектов, а также с порядком привлечения предпринимателей к юридической ответственности. В результате освоения дисциплины обучающиеся смогут корректно определять правовой статус участника экономического оборота, подбирать надлежащую правовую модель поведения.

Цель:

Цель - формирование системного представления о правовых основах регулирования экономической деятельности, а также правовом статусе хозяйствующих субъектов.

Задачи:

Задачи:

- выявить систему источников права, регулирующих отношения в сфере ведения экономической деятельности;
- определить правовое положение индивидуальных предпринимателей, самозанятых граждан и юридических лиц;
- установить существенные различия между понятиями "экономическая деятельность", "предпринимательская деятельность", "деятельность, приносящая доход" и иными смежными терминами;
- изучить систему мер ответственности, применяемых к хозяйствующим субъектам в случае нарушения правил, установленных гражданским, административным и уголовным законодательством;
- рассмотреть условия, основания и порядок признания хозяйствующего субъекта банкротом.

Статистика

Аннотация:

Целью освоения дисциплины является формирование системы знаний о терминологии статистики и ее методологии, умений и навыков использования методик расчета важнейших статистических показателей для последующего проведения экономического анализа.

Задачи курса-

- знакомство студентов с терминологическим аппаратом, основами статистической методологии сбора и обработки экономической информации для формирования системы знаний в области теории и методологии статистики;
- формирование умения работать с источниками экономической информации и базами статистических данных;
- формирование навыков расчета статистических показателей и индексов на основе типовых методик с учетом требований нормативно-правовых актов, интерпретации полученных результатов, характеристики деятельности хозяйствующих субъектов, социально-экономических процессов в обществе.

Цель:

- ознакомление с методологией и основными понятиями, методиками расчета важнейших статистических показателей,
- приобретение практических навыков по расчету статистических показателей,
- приобретение практических навыков по осуществлению комплексного анализа изучаемых социально-экономических явлений и процессов

Задачи:

- сформировать знание о том, что изучает статистика, ее место в системе наук, теоретические основы, важнейшие принципы, категории и понятия, основные задачи статистики на современном этапе;
- изучить классификацию статистических показателей и принципы выбора конкретной их формы в зависимости от имеющихся данных и поставленной задачи;
- уяснить необходимость привлечения массовых данных для объективного познания действительности
- приобрести практические навыки проведения статистического анализа
- изучить особенности применения статистических методов исследования в макроэкономической и микроэкономической сфере
- уяснить ведущую роль социально-экономических категорий в статистическом исследовании;
- приобрести практические навыки интерпретации получаемой статистической информации

Трудовое право

Аннотация:

Трудовое право является одной из основных отраслей российской правовой системы. Оно имеет большую теоретическую и, особенно, практическую значимость, т.к. распространяется на большинство граждан России, выступающих в качестве работников.

Одной из особенностей трудового права выступает многообразие и огромное количество источников, действующих в этой сфере. Это централизованные федеральные нормативные правовые акты, акты субъектов федерации, локальные акты, договорные акты и др., что создает определенные трудности в освоении предмета и требует от студента систематической, серьезной работы.

Большое прикладное значение трудового права не означает, что студент должен основное внимание уделять изучению конкретных правовых норм и практике их применения. Необходимо хорошо усвоить теорию трудового права, ибо без этого невозможно адекватное понимание и толкование трудового законодательства. Особенно это важно для разработки и оценки локальных нормативных актов, коллективных договоров, трудовых договоров и других актов, действующих в каждой организации. Поэтому профессиональные знания в области трудового права обеспечиваются соответствующим уровнем теоретической и практической подготовки студента.

Цель:

Цель дисциплины - усвоение сущности, основных принципов, положений и норм трудового права; развитие профессионально-правового подхода к анализу трудового права России с целью использования полученных знаний в практической деятельности.

Задачи:

Задачами изучения дисциплины являются: (а) доведение до студентов полного объема необходимой им информации по трудовому праву и обеспечение надлежащего усвоения обязательного минимума знаний по всем институтам трудового права; (б) овладение студентами методологией разрешения теоретических и прикладных вопросов трудового права, в том числе специальными приемами работы с нормативным материалом, в частности, анализа многочисленных и разнообразных источников российского права, их сопоставления, толкования, разъяснения, выяснения тенденций в их развитии, выявления их позитивных и негативных свойств; (в) приобретение студентами обязательных практических навыков для работы в области трудового права в кадровых службах работодателей, службе занятости и т.п.; профессионально разрешать ситуации, грамотно составлять документы, оказывать консультационные услуги и т.д.

Финансы

Аннотация:

Дисциплина "Финансы" направлена на изучение централизованных и децентрализованных финансов, понимание студентами источников формирования и направления расходования финансовых ресурсов на всех уровнях, а также особенностей управления ими.

Цель:

Целью освоения дисциплины «Финансы» является формирования у студентов базовых знаний теоретических основ и практических навыков в области теории финансов, изучающей систему распределительных денежных отношений, возникающих в процессе формирования и использования фондов денежных средств у субъектов, участвующих в создании совокупного общественного продукта.

Задачи:

1. Изучение нормативно-правовых документов и стандартов в области управления финансами;
2. Приобретение студентами знаний базовых законов развития экономики и публичных финансов с точки зрения финансового менеджмента;
3. Приобретение умений и навыков, позволяющих применить полученные знания для эффективного управления централизованными и децентрализованными финансами

Эконометрика

Аннотация:

Эконометрика играет одну из ведущих ролей в системе дисциплин, определяющих содержание экономического образования. Выход на новом уровне в мировое экономическое пространство повышает значимость системы экономико-математических моделей и методов построения таких моделей и прогнозирования. Эконометрика как общественная наука объединяет совокупность методов и моделей, позволяющих на базе экономической теории, экономической статистики и математико-статистического инструментария исследовать количественную составляющую различных массовых экономических и социальных явлений и процессов общественной жизни с учетом их качественной характеристики. Эконометрика позволяет придать конкретное количественное выражение общим экономическим закономерностям, адекватно отразить условия, процесс и результаты функционирования национальной экономики, проанализировать тенденции и закономерности развития общества.

В курсе «Эконометрика» излагаются основные принципы, категории и общие базовые методы эконометрической науки, используемые при построении эконометрических моделей социально-экономических явлений. В связи с этим в нем рассматриваются цели и задачи эконометрики как науки и ее место в комплексе экономико-математических наук, а также основы построения регрессионных моделей и временных рядов, систем линейных одновременных уравнений.

Econometrics plays one of the leading roles in the system of disciplines defining the content of economic education. Entering the world economic space at a new level increases the importance of the system of economic-mathematical models and methods of construction of such models and forecasting. Econometrics as a social science unites a set of methods and the models allowing on the basis of the economic theory, economic statistics and mathematical-statistical toolkit to investigate a quantitative component of various mass economic and social phenomena and processes of a social life taking into account their qualitative characteristic. Econometrics allows us to give a concrete quantitative expression to general economic regularities, to reflect adequately conditions, process and results of national economy functioning, to analyze tendencies and regularities of society development.

The course "Econometrics" sets out the basic principles, categories and general basic methods of econometric science used in the construction of econometric models of socio-economic phenomena. In this regard, it considers the goals and objectives of econometrics as a science and its place in the complex of economic and mathematical sciences, as well as the basics of regression models and time series, systems of linear simultaneous equations.

Цель:

Цель изучения курса — помочь студентам составить представление о содержании эконометрики как научной дисциплины и как области практической деятельности, позволяющей анализировать социально-экономические процессы.

Задачи:

Выработка компетенций изучения основных методов эконометрического анализа, их характеристик, свойств и ограничений:

- 1) знакомство с современным представлением об эконометрике;
- 2) овладение основными приемами выборочных исследований;
- 3) изучение теории и алгоритмов метода наименьших квадратов;
- 4) освоение методов корреляционного и регрессионного анализа, применяемых для построения различных эконометрических моделей;
- 5) овладение приемами практического анализа временных рядов;
- 6) овладение основными приемами оценивания систем одновременных эконометрических уравнений;
- 7) приобретение навыков использования результатов экономического анализа для прогноза и принятия обоснования экономических решений;
- 8) формирование навыков проведения сложных компьютерных расчетов с использованием эконометрических моделей.
- 9) интерпретация результаты по оценке взаимосвязей с точки зрения экономической сущности явлений

Экономика организации (предприятия)

Аннотация:

В ходе освоения данной учебной дисциплины студент должен получить всесторонне представление о роли предприятий в экономике страны, их классификации и среде их функционирования, овладеть знаниями о ресурсах предприятий и их грамотном эффективном использовании, а также знаниями о происходящих на предприятии экономических процессах и способах их эффективной организации, получить практические навыки решения конкретных профессиональных задач, которые стоят перед экономической службой предприятия в современных условиях.

In the course of mastering this discipline, the student should get a comprehensive understanding of the role of enterprises in the economy of the country, their classification and the environment of their functioning, acquire knowledge about the resources of enterprises and their competent effective use, as well as knowledge about the economic processes taking place at the enterprise

Цель:

Основная цель изучения дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов необходимый набор компетенций выпускника для будущей успешной профессиональной деятельности с учётом требований рынка труда, актуальных в современных условиях.

Задачи:

1. Подробное всестороннее изучение экономических ресурсов и процессов на предприятии с помощью предлагаемого и самостоятельно подобранного теоретического материала.
2. Формирование целостной системы знаний о функционировании экономического механизма деятельности предприятия путём изучения предлагаемых источников, а также обсуждения на семинарах ряда актуальных существующих проблем;
3. формирование профессиональных компетенций будущего специалиста путём выполнения практических заданий, основанных на реальных примерах, в том числе связанных с выполнением экономических расчётов и сбором достоверной экономической информации для обоснования управленческих решений (в том числе, с помощью ИТ - технологий).

Экономика устойчивого развития

Аннотация:

Дисциплина "Экономика устойчивого развития" знакомит студентов с содержанием концепции устойчивого развития, с наиболее острыми глобальными экологическими, социальными и экономическими вызовами, с новыми бизнес-моделями, инструментами государственного регулирования и зеленого финансирования, с отчетами российских и зарубежных компаний об устойчивом развитии, а также с международными и российскими стандартами, предъявляющими требования к их составлению. Студенты научатся работать с соответствующими базами данных и информационными ресурсами, анализировать социо-эколого-экономические процессы, познакомятся с наилучшими международными и российскими практиками в этой области.

Цель:

Целью освоения дисциплины является формирование понимания обучающимися необходимости перехода от традиционных моделей экономического развития к устойчивому типу развития, важности учета роли экологических и социальных факторов при принятии управленческих решений для обеспечения долгосрочного жизнеобеспечивающего развития общества. В процессе изучения курса студенты ознакомятся с содержанием концепции устойчивого развития, с наиболее острыми глобальными экологическими, социальными и экономическими вызовами, с новыми бизнес-моделями, инструментами государственного регулирования и зеленого финансирования, с отчетами российских и зарубежных компаний об устойчивом развитии, а также с международными и российскими стандартами, предъявляющими требования к их составлению.

Задачи:

Задачи курса:

- изучение процесса формирования концепции устойчивого развития как мировой стратегической повестки;
- знакомство с ключевыми глобальными экологическими, социальными и экономическими проблемами современного общества;
- формирование навыков работы с внешними информационными ресурсами, экологическими калькуляторами, международными и национальными статистическими базами данных по устойчивому развитию;
- знакомство с отчетами об устойчивом развитии крупнейших российских и зарубежных компаний, изучение опыта реализации проектов в области устойчивого развития;
- понимание сути ESG-повестки, принципов «зеленого», «углеродного», «климатического», «устойчивого» инвестирования, ESG-рейтингования;
- знакомство с основными положениями циркулярной (циклической) экономики (экономики замкнутого цикла);
- изучение бизнес-моделей циркулярной (циклической) экономики (экономики замкнутого цикла) и опыта их реализации в России и за рубежом;
- знакомство с основными инструментами государственного экологического регулирования, с основными трендами «зеленого» финансирования, таксономиями «зеленых проектов».

Экономическая теория

Аннотация:

В рамках дисциплины "Экономическая теория" студенты получают знания об объективных экономических законах, действующих на микро- и макроуровне и определяющих как поведение отдельных экономических субъектов, так и функционирование национальной экономики в целом. В первой части курса (микроэкономика) исследуются ключевые проблемы поведения потребителя и производителя, основы функционирования рынков товаров и услуг с разным уровнем конкуренции, а также рынков ключевых экономических ресурсов. Студенты осваивают такие ключевые понятия как спрос и предложение, издержки, выручка и прибыль и т.д.

Во второй части курса (макроэкономика) рассматриваются проблемы измерения результатов национальной экономики, её институциональных секторов, проблемы экономических циклов и экономического роста, моделирование равновесия на товарном и денежном рынке, меры налогово-бюджетной и денежно-кредитной политики. Студенты осваивают такие ключевые понятия как валовой внутренний продукт, инфляция, безработица, экономический рост и т.д.

Цель:

Целью изучения курса «Экономическая теория» является получение знаний об объективных закономерностях, определяющих функционирование экономики на микро- и макроуровне, что обеспечит будущих специалистов фундаментальной теоретической базой для принятия решений как на уровне предприятия, так и на уровне органов государственного управления.

Задачи:

Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний о фундаментальных экономических закономерностях, действующих на микро- и макроуровне, и особенностях их проявления в современных условиях;
- формирование навыков применения знаний экономической теории для решения профессиональных задач, навыков самостоятельного экономического мышления;
- формирования умений расчета показателей, характеризующих микро- и макроэкономические процессы, их анализа и принятия соответствующих решений в профессиональной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания:

Для освоения содержания курса студент должен владеть математическими знаниями и навыками в рамках школьной программы (умение строить и читать графики, работать с простыми функциями, решать системы уравнений и т.п.).

Приветствуется знание основ экономики из школьного курса обществознания.

Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции

Аннотация:

Дисциплина раскрывает представления о современных тенденциях коммуникаций в бизнес и академической среде: стандартах представлений, ведения внутренних и внешних переговоров, составления деловой документации.

Объектом изучения дисциплины являются принятые международные лексические и этические нормы, правила бизнес-этикета.

Особое внимание уделяется необходимости свободного владения иностранным языком как средством профессионального общения для успешного маркетолога.

The discipline reveals ideas about current trends in communication in the business and academic environment: standards of representations, conducting internal and external negotiations, and drafting business documentation.

The object of study of the discipline is the accepted international lexical and ethical norms, rules of business etiquette.

Special attention is paid to the need for fluency in a foreign language as a means of professional communication for a successful marketer.

Цель:

Формирование компетенций и освоение основных технологий, связанных с международной коммуникацией, проектировании и организации данного вида коммуникации в области образования, науки и бизнеса.

Бланочное тестирование или устный опрос.

Задачи:

- использовать теоретические и практические знания в области международной коммуникации;
- ориентироваться в системе современных коммуникаций, существующих в мировом сообществе и в современных процессах коммуникации в России и за рубежом в условиях глобализации и информационного общества;
- пополнять профессиональные знания на основе использования оригинальных источников, в том числе электронных и на иностранном языке в сфере образования, науки и предпринимательства;
- использовать изученное для решения профессиональных задач;
- проектировать, организовывать и осуществлять различные формы международной коммуникации, сотрудничества, в том числе научно-образовательные проекты (конгрессная деятельность, академический обмен, международные конкурсы, фандрейзинговая деятельность, участие в международных тендерах и развитие межнациональных связей в бизнесе и т.п.).

Брендинг

Аннотация:

Дисциплина Брендинг нацелена на формирование профессиональных компетенций - способность использовать технологии брендинга в разработке маркетинговых программ. В курсе подробно рассматриваются вопросы современной теории и практики брендинга, анализируются методы создания и управления брендом. Дисциплина является основой для дальнейшего развития знаний в этой области.

The course Branding is aimed at the development of professional competence - the ability to use technology to develop branding marketing programs. The course deals with the details of the modern theory and practice of branding, examines methods for creating and managing brands.

Цель:

Цель изучения дисциплины состоит в получении знаний о торговых марках, бренде, архитектуре и планировании брендинга, особенностям бренд-менеджмента на российском и международном рынках. Для того, чтобы успешно использовать концепции бренд-менеджмента и реализации брендинга студентам ставится задача овладеть соответствующими методиками и приобрести знания, умения и соответствующие навыки применения различных средств брендинга в своей практической деятельности.

Задачи:

- формирование основных навыков проектирования корпоративных брендов;
- понимание основ создания конкурентоспособного бренда;
- приобретение навыков формирования стратегии бренда;
- изучение основ ребрендинга;
- навыки применения различных средств брендинга в своей практической деятельности.

Введение в специальность

Аннотация:

Дисциплина «Введение в специальность» является частью подготовки студентов по направлению 38.03.06 Торговое дело (профили «Коммерция», «Маркетинг»). Содержание дисциплины охватывает широкий круг проблем, связанных с дальнейшей профилизацией студентов по направлениям Коммерция и Маркетинг. Значительное внимание уделяется современным требованиям к будущим специалистам по данному профилям.

The discipline "Introduction to the specialty" is part of the preparation of students in the direction 38.03.06 Trade (profiles "Commerce", "Marketing"). The content of the discipline covers a wide range of problems related to the further profiling of students in the areas of Commerce and Marketing. Considerable attention is paid to modern requirements for future specialists in this field.

Цель:

Изучение особенности коммерческой и маркетинговой деятельности на предприятии.

Задачи:

Основными задачами дисциплины являются выработка у студента необходимых знаний, позволяющих ему ознакомиться с основными видами профессиональной деятельности в сфере коммерции и маркетинга.

Диджитал коммерция

Аннотация:

Курс предполагает изучение понятий и технологий такой отрасли экономики как электронная коммерция (e-Commerce).

The course involves the study of concepts and technologies of such a branch of the economy as e-commerce (e-Commerce).

Цель:

Целью курса является повышение уровня подготовки бакалавров в области электронного бизнеса в соответствии с международными стандартами в сфере образовательных услуг.

Входной контроль проводится в виде тестирования

Задачи:

1. Сформировать специалиста нового профиля, владеющего инструментарием диджитал коммерции и особенностями работы на различных сегментах рынке.
2. Подготовка студентов в рамках предмета предполагает необходимость изучения технологических аспектов функционирования сети Интернет, а также получения базовых навыков по созданию, наполнению и поддержке информационных ресурсов в сети Интернет.
3. Ознакомить студентов с перспективами развития информационных и телекоммуникационных технологий и систем в электронной коммерции, их взаимосвязь со смежными областями.
4. Получение представлений о функционировании современных корпоративных веб-приложений, используемых в системах диджитал коммерции.
5. Изучение теоретических и практических основ обеспечения безопасного функционирования систем электронной коммерции.
6. Подготовка студентов к последующей образовательной и профессиональной деятельности и формирование профессиональных компетенций студентов в области использования информационных и телекоммуникационных средств в бизнес процессах.

Категорийный менеджмент

Аннотация:

Изучение дисциплины «Категорийный менеджмент» посвящено подробному рассмотрению актуальных проблем нового решения для роста продаж и доходности, оптимизации ассортимента, технологии преодоления недостатков традиционной системы закупок: противоречие между отделом закупок и продаж, отсутствие ответственности специалистов по закупкам за продажи товара, несбалансированность ассортимента и т.д. Студенты изучают технологию и этапы управления ассортиментом в рамках данного подхода в теории и выполняют ряд практических заданий по анализу и формированию категорий. Это позволит им на практике применить полученные знания для более эффективного управления ассортиментом и, соответственно, повышению прибыльности магазина.

Цель:

Освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области методологии категорийного менеджмента и организации внедрения категорийного менеджмента в компании – от формирования стратегии до разработки положения об ассортиментной и ценовой политике

Задачи:

- изучить методологии категорийного менеджмента, в которой отражены отличительные признаки категорийного менеджмента по сравнению с традиционными способами управления ассортиментом в торговле;
- получить навыки анализа ассортимента и вопросам изучения потребителей;
- изучить элементы категорийного менеджмента и управлять ими;
- усвоить особенности управления поставщиками и отдельные моменты ведения переговоров с поставщиками;
- владеть основными понятиями в области категорийного менеджмента;
- участвовать в реализации проектов в области категорийного менеджмента;
- изучить цели, задачи, принципы, объекты и методы категорийного менеджмента.

Логистика

Аннотация:

Дисциплина нацелена на повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем, которые открывает использование логистического подхода. Логистика позволяет существенно сократить временной интервал между приобретением сырья и полуфабрикатов и поставкой готового продукта потребителю, способствует резкому сокращению затрат на хранение и транспортировку грузов. Применение логистики ускоряет процесс получения информации, повышает уровень сервиса.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: входной контроль в форме бланчного тестирования, рубежный контроль в форме устного опроса, проверки выполнения домашнего задания, контроля самостоятельной работы студентов в форме презентации и письменной форме.

The discipline is aimed at improving the efficiency of the functioning of material-conducting systems, which opens up the use of a logistics approach. Logistics allows you to significantly reduce the time interval between the purchase of raw materials and semi-finished products and the delivery of the finished product to the consumer, contributes to a sharp reduction in the cost of storage and transportation of goods. The use of logistics accelerates the process of obtaining information, increases the level of service.

The discipline program provides the following types of control: entrance control in the form of a blank test, boundary control in the form of an oral survey, checking homework, monitoring students' independent work in the form of presentation and writing.

Цель:

Целью дисциплины «Логистика» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области коммерческой деятельности, организации и управлении процессами и материальными потоками в экономике.

Задачи:

- изучение понятийного аппарата, факторов и концепций логистики, рассмотрение практического применения теории, методов и приемов принятия эффективных решений, встречающихся в теории и на практике логистики.
- знакомство студента с основными составляющими логистики в их взаимосвязи – информационная логистика, логистика запасов, логистика складирования, транспорт, организация логистического управления.

Логистика и управление цепями поставок

Аннотация:

Дисциплина нацелена на повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем, которые открывает использование логистического подхода. Логистика позволяет существенно сократить временной интервал между приобретением сырья и полуфабрикатов и поставкой готового продукта потребителю, способствует резкому сокращению затрат на хранение и транспортировку грузов. Применение логистики ускоряет процесс получения информации, повышает уровень сервиса.

The discipline is aimed at improving the efficiency of the functioning of material-conducting systems, which opens up the use of a logistics approach. Logistics allows you to significantly reduce the time interval between the purchase of raw materials and semi-finished products and the delivery of the finished product to the consumer, contributes to a sharp reduction in the cost of storage and transportation of goods. The use of logistics accelerates the process of obtaining information, increases the level of service.

Цель:

Овладение методологией логистического управления экономическим механизмом предприятия

Задачи:

- формирование знаний о содержании логистики и логистических процессов;
- усвоение теоретических основ расчета логистических систем в различных функциональных областях;
- обеспечение понимания взаимосвязи управленческих решений в различных областях с логистической концепцией;
- формирование знаний, позволяющих с логистической точки зрения взглянуть на развитие фирмы в рыночных условиях;
- обучение навыкам планирования, реализации, контроля и оценки логистических систем производственных и коммерческих организаций, действующих на внутреннем и внешнем рынках.

Маркетинговые исследования

Аннотация:

Содержание дисциплины охватывает круг проблем, связанных с комплексными маркетинговыми исследованиями рынка. В дисциплине уделено внимание проблемам традиционных методов исследований, а также использованию новейших технологий в данном процессе. Кроме того, рассмотрены проблемы и риски, связанные с организацией и проведением маркетинговых исследований рынка.

В результате изучения дисциплины студенты будут:

ЗНАТЬ:

- классификацию маркетинговых исследований по Нерешу Малхотре;
- субъекты маркетинговых исследований;
- источники и пути извлечения информации, требуемой для маркетинговых исследований;
- этапы проведения маркетинговых исследований;
- методику проведения фокус - групп;
- основы профессиональной этики проведения маркетинговых исследований;
- мировые стандарты проведения маркетинговых исследований.

УМЕТЬ:

- проводить количественные маркетинговые исследования;
- объективно анализировать и оценивать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований;
- готовить отчетные и презентационные материалы по проведенным исследованиям.

ОБЛАДАТЬ НАВЫКАМИ:

- реализации плана маркетингового исследования;
- объективно анализировать и оценивать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований.

Цель:

сформировать у студентов способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами на основе проведенных комплексных маркетинговых исследований.

Задачи:

- сформировать системный взгляд на проблему маркетинговых исследований;
- выявить объективные границы применения того или иного метода проведения маркетинговых исследований и возможные организационные сложности;
- выработать навыки подготовки аналитических материалов, полученных в ходе маркетинговых исследований, позволяющие подобрать оптимальный вариант решения маркетинговых задач бизнеса.

Маркетинговые коммуникации

Аннотация:

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» опирается на множество примеров, некоторые из которых имеют международный аспект. Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» рассматривает направления коммуникаций с целевой аудиторией, этические вопросы в области маркетинговых коммуникаций и учитывает специфику различий культурной интерпретации эффективной маркетинговой коммуникационной политики.

The discipline "Marketing communications" draws on many examples, some of which have an international dimension. The discipline "Marketing communications" considers the directions of communication with the target audience, ethical issues in the field of marketing communications and takes into account the specifics of differences in the cultural interpretation of effective marketing communication policy.

Цель:

Цель дисциплины «Маркетинговые коммуникации» заключается в формировании у студентов профессиональных компетенций в разрезе эффективного управления маркетинговыми коммуникациями организации.

Задачи:

1. Уяснить понятие и цели маркетинговых коммуникаций.
2. Получить понимание технологий, оказывающих существенное влияние на потребительское поведение.
3. Выработать навык критической оценки роли и преимуществ инструментов маркетинговых коммуникаций и средств массовой информации на различных этапах жизненного цикла компании.
4. Сформировать умение планировать маркетинговый коммуникационный бюджет и методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.
5. Понимать ключевые вопросы, связанные с этикой маркетинговых коммуникаций.
6. Освоить способность решать вопросы, связанные с управлением международными маркетинговыми коммуникациями.

Поведение потребителей

Аннотация:

Дисциплина «Поведение потребителей» нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

В данной дисциплине рассмотрено, как и почему потребители ведут себя определенным образом. Особое внимание уделено формированию способности к пониманию психологии личности, ситуационному, экологическому и культурному (межличностному) влиянию на поведение, процессов принятия решений потребителем, изучению интуиции исследователя в отношении собственного потребительского поведения. Рассмотрены теории, разработанные в области маркетинга, психологии и других наук о поведении. В дисциплине уделено внимание методикам использования этой теории, позволяющих предсказать, как потребители реагируют на различные маркетинговые мероприятия.

Discipline "Consumer Behavior" is aimed at the formation of professional competencies of the graduate: the readiness to identify and satisfy the needs of buyers of goods, their formation with the help of marketing communications, the ability to study and predict consumer demand, analyze marketing information, the conjuncture of the product market, the ability to conduct scientific, including marketing, research in the professional activities.

This discipline examines how and why consumers behave in a certain way. Particular attention is paid to the formation of the ability to understand personality psychology, situational, environmental and cultural (interpersonal) influence on behavior, consumer decision-making processes, the study of the researcher's intuition in relation to his own consumer behavior. Theories developed in the field of marketing, psychology and other behavioral sciences are considered. The discipline pays attention to the methods of using this theory to predict how consumers react to various marketing activities.

Цель:

Познакомить слушателей с современными концепциями, подходами и методами управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей, сформировать профессиональные компетенции в области анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности.

Задачи:

- дать знание основных понятий в области поведения потребителей;
- познакомить с последними исследованиями вопросов и инструментами поведения потребителя;
- изучить модели потребительского поведения;
- выработать умение разрабатывать стратегии управления потребительским поведением с целью эффективного удовлетворения потребностей потребителей.

Ритейлинг

Аннотация:

Этот курс дает междисциплинарный обзор отрасли розничной торговли. Основное внимание будет уделено деятельности предприятий розничной торговли, ориентированных на клиента, включая планирование ассортимента магазина, разработку частной торговой марки и управление операциями и взаимодействием с поставщиками. В рамках данного курса Вы узнаете основы розничной торговли как инкубатора новых бизнес-концепций, научитесь маркетингу конечного потребителя, узнаете о консолидации отрасли и поставщиков.

This course provides an interdisciplinary overview of the retail industry. The focus will be on customer-centric retail operations, including store assortment planning, private labeling, and operations and supplier relationship management. In this course, you will learn the basics of retail as an incubator of new business concepts, learn about end-user marketing, and learn about industry and supplier consolidation.

Цель:

Формирование знаний и практических навыков в сфере организации маркетинговой деятельности в ритейле

Задачи:

- получить теоретические знания в сфере розничной торговли;
- сформировать навыки маркетингового управления ритейлом;
- развить навыки командообразования и работы в группе.

Товароведение и экспертиза товаров

Аннотация:

Дисциплина включает в себя теоретические аспекты товароведения в маркетинговой деятельности. В процессе обучения студенты будут узнавать основные требования к маркировке, упаковке товаров, технологические свойства, законодательство в сфере товароведения и т.д.

The discipline includes theoretical aspects of commodity science in marketing activities. During the training, students will learn the basic requirements for labeling, packaging of goods, technological properties, legislation in the field of commodity science, etc.

Цель:

-освоение студентами теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области формирования потребительских свойств, товарного ассортимента и качества продовольственных товаров, необходимые для профессиональной деятельности

Задачи:

- разработка и реализация мероприятий по формированию и сохранению качества и безопасности сырья, полуфабрикатов, готовой продукции;
- организация и осуществление входного контроля качества сырья, полуфабрикатов;
- проведение стандартных испытаний пищевого сырья и продовольственных товаров

Трейд-маркетинг и рыночная аналитика

Аннотация:

В курсе изучаются методы маркетинговых исследований, особенности формата оптовых и розничных продаж, особенности инструментов продвижения, инструменты маркетинга персонала

The course examines the methods of marketing research, the features of the format of wholesale and retail sales, the features of promotion tools, personnel marketing tools

Цель:

Целью освоения дисциплины «Трейд-маркетинг и рыночная аналитика» является формирование компетенций в области торгового маркетинга как важного подразделения организаций торговли

Задачи:

- освоение знаний о и приобретение умений по применению методов по стимулированию сбыта, рекламе и прочих элементов трейд-маркетинга, необходимых для эффективного выполнения задач на позициях маркетолога, бренд-менеджера.
- формирование у студентов системы теоретических знаний и практических умений, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов трейд-маркетинга и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения.
- сформировать у слушателей представление о роли, месте, целях трейд-маркетинга в организации;
- формирование навыков планирования трейд-маркетинга, постановки задач при продвижении товаров и услуг, персонала;
- изучение инструментария трейд-маркетинга в рамках товарной и ценовой политики, политики распределения и коммуникации;
- раскрытие методов разработки тактики предприятия, оценки его конкурентоспособности, методов формирования сервисной политики;
- обучение способам системного решения проблем производства и реализации, гибкого приспособления к изменениям рынка.

Управление маркетингом

Аннотация:

Содержание дисциплины охватывает круг проблем, связанных спецификой управления маркетингом в коммерческой деятельности. В условиях рыночной экономики маркетинг является интегрирующей функцией в принятии управленческих решений каждой организации. Компаниям, стремящимся к получению прибыли и лидирующих позиций на рынке, для достижения успеха необходимы маркетинговое видение и маркетинговые знания. Процесс управления маркетингом должен осуществляться с учетом современных маркетинговых концепций (ценностноориентированного маркетинга, маркетинга на основе идей устойчивого развития) направлять компанию к ориентации на потребителя, обеспечивать адаптивность к быстрым изменениям на рынке, а также обеспечивать работу в условиях рыночной неопределенности. Целью управленческих решений в сфере маркетинга должно быть создание и предоставление потребителям наивысшей ценности. Процесс управления маркетингом включает не только создание службы, маркетинга в организации, это процесс постижения рыночных законов и планирования рынка. Процесс начинается с исследования рынка, на который ориентирован бизнес компании. Его цель – понимание динамики рынка и идентификация возможностей удовлетворения очевидных и латентных требований потребителей. Он включает в себя сегментирование рынка и идентификацию тех сегментов, которые компания способна удовлетворить наилучшим образом. Процесс включает в себя формулирование определенной стратегии с последующим ее совершенствованием с целью превращения в детализированную структуру элементов маркетинга и план действий. Он предполагает выполнение принятого плана, оценку результатов и осуществление дальнейших усовершенствований.

The content of the discipline covers a range of problems related to the specifics of marketing management in commercial activities. In a market economy, marketing is an integrating function in making management decisions for each organization. Companies seeking profit and market leadership need a marketing vision and marketing knowledge to be successful. The marketing management process should take into account modern marketing concepts (value-based marketing, marketing based on the ideas of sustainable development) to guide the company towards customer orientation, ensure adaptability to rapid changes in the market, and also ensure operation in conditions of market uncertainty. The goal of marketing management decisions should be to create and deliver the highest value to consumers.

The process of marketing management includes not only the creation of a service, marketing in the organization, it is the process of comprehending market laws and market planning. The process begins with researching the market that the company is targeting. Its goal is to understand the dynamics of the market and to identify opportunities to meet the obvious and latent consumer requirements. It includes segmenting the market and identifying those segments that the company can best suit. The process involves formulating a specific strategy and then improving it to turn it into a detailed structure of marketing elements and an action plan. It involves the implementation of the adopted plan, the evaluation of the results and the implementation of further improvements.

Цель:

Дисциплина «Управление маркетингом» имеет своей целью формирование у студентов современного подхода к стратегическому и тактическому планированию маркетинга, к процессу управления маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях, формированию структуры службы маркетинга, построению маркетинга партнерских отношений и анализу маркетинговых решений с целью их практического применения.

Задачи:

1. Формирование знаний и умений определять состояние управляемого объекта;
2. Формирование знаний и умений вырабатывать для данного состояния оптимального воздействия, разрабатывать и принимать решения;
3. Формирование знаний и умений в определении вида и формировании стратегии маркетинга;
4. Формирование знаний и умений в оптимальной организации службы маркетинга;
5. Формирование знаний и умений в осуществлении планирования маркетинга;
6. Формирование знаний и умений в осуществлении контроля маркетинга.

Физико-химические методы контроля качества товаров

Аннотация:

Качество товаров определяется совокупностью характеристик, способностью удовлетворять потребности человека в его жизнедеятельности при обычных условиях их использования.

Качество характеризуется показателями качества – количественной характеристикой одного или нескольких свойств продукции.

При оценке показателей качества наряду с органолептическим анализом большое значение имеют измерительные (инструментальные)

методы анализа. Эти методы позволяют определить химический состав, практическую ценность, физико-химические показатели качества, показатели безопасности материалов и изделий.

Физико-химические часто называют измерительными (инструментальными), так как они обычно требуют применения специальных измерительных приборов.

В современных условиях проблемы определения качества, рационального использования, повышения практической ценности и конкурентоспособности непродовольственных товаров, а также проблема их безопасности для здоровья человека решаются на основе глубокого исследования их состава, физико-химических и реологических свойств с использованием современных методов анализа. Комплексное исследование материалов и изделий на основе использования инструментальных методов исследования позволяет глубоко изучить структуру веществ, входящих в состав каждого исследуемого товара, и сделать объективную оценку его свойства, состава и безвредности. При проведении экспертизы, сертификационных испытаний наиболее широко применяются хроматографические методы в различных модификациях – от наиболее простых (хроматография бумажная и тонкослойная) до наиболее сложных автоматизированных (газовая и высокоэффективная хроматография).

Большое значение и широкая область применения и перспективы использования оптических методов и атомно-абсорбционного анализа,

позволяющих с большой точностью определять количество макро- и микроэлементов, в том числе токсичных, а также концентрацию других веществ, обуславливающих потребительские свойства товаров.

Потребительские свойства ряда непродовольственных товаров тесно связаны с их консистенцией, обусловленной структурно-механическими свойствами, прочностью, упругостью, пластичностью, вязкостью и др. Для многих товаров (топливо, растворители, парфюмерно-косметические, бытовая химия, материалы и изделия, изготовленные из ВМС и мн. др.) эти свойства являются решающими при оценке их потребительских свойств. Особое значение имеют реологические методы при исследовании сырья, материалов, полуфабрикатов, готовых изделий в процессе их технологической обработки.

Цель:

Целью преподавания данной учебной дисциплины является приобретение теоретических и практических знаний и навыков, необходимых товароведу-эксперту в практической работе, освоение студентами методик проведения физико-химических анализов, контролирующих качество материалов и изделий и соответствия их государственным стандартам.

Задачи:

В процессе освоения данного курса перед студентами ставятся разнообразные задачи:

- изучение общих теоретических основ физико-химических свойств материалов и изделий, физических основ оптических, реологических, хроматографических, электрохимических методов исследования, а также устройство и принципы действия используемых приборов;
- освоение общих навыков научного подхода к изучению и оценке качества непродовольственных товаров.

Ценообразование и оценка эффективности маркетинговых решений

Аннотация:

Изучение дисциплины посвящено подробному рассмотрению актуальных проблем прикладного ценообразования в функционировании торговых сфер. В дисциплине представлены современные теоретические разработки, тенденции развития и состояние практики в области ценообразования в компаниях на B2B и B2C рынках, роль цены как элемента комплекса маркетинга и маркетинговая модель ценообразования.

The study of the discipline is devoted to a detailed consideration of the actual problems of applied pricing in the functioning of trade spheres. The discipline presents modern theoretical developments, development trends and the state of practice in the field of pricing in companies in the B2B and B2C markets, the role of price as an element of the marketing mix and the marketing pricing model.

Цель:

Освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области теории и практики маркетинга и ценообразования применительно к торговой деятельности, разработки ценовой политики компании и развитие практических навыков по обоснованию ценовой стратегии и тактики с учетом особенностей российской практики.

Задачи:

- рассмотрение сущности цены, ломаные и стандартные цены;
- изучение соотношения «цена–качество» и его восприятие потребителями;
- изучение видов ценовых политик, стратегий и методов ценообразования (ориентированных на издержки, конкурентов и потребителей) и факторов, влияющих на их выбор;
- изучение ценовых стратегий конкуренции: последовательного повышения/понижения цен, установления минимальных цен, «снятия сливок», ценообразования на новые товары, а также подходы к формированию ценовых стратегий на различных фазах жизненного цикла товара;
- усвоение стратегии ценовой дифференциации, включая ценовую дискриминацию, дифференциацию цен по географическому принципу и для стимулирования сбыта;
- изучение основных элементов, участвующих в формировании цены: переменные и постоянные издержки, точка безубыточности, ценовая эластичность, системы нетто и брутто ценообразования, психологические аспекты ценообразования;
- овладение знаниями в области маркетинга и ценообразования;
- изучение структуры и особенностей формирования ценовой политики, методы и стратегии ценообразования;
- получение навыка разрабатывать маркетинговую и ценовую стратегии, выбирать наиболее выгодных для клиентов, рассчитывать экономическую выгоду от привлечения новых клиентов;
- овладение навыками составления плана маркетинга и прогнозирования спроса.

Цифровой маркетинг

Аннотация:

.Дисциплина «Цифровой маркетинг» направлена на овладение студентами теоретических, практических и научно-исследовательских знаний в области электронной коммерции.

В процессе изучения дисциплины рассматриваются следующие вопросы: особенности внедрения электронной коммерции, инструменты и стандарты в электронной коммерции, автоматизированные системы электронной коммерции, сущность интернет-маркетинга и эффективность реализации цифрового маркетинга в сети Интернет и торговле.

.The discipline "Digital Marketing" is aimed at mastering students' theoretical, practical and research knowledge in the field of e-commerce.

In the course of studying the discipline, the following issues are considered: features of e-commerce implementation, tools and standards in e-commerce, automated e-commerce systems, the essence of Internet marketing and the effectiveness of digital marketing implementation in the Internet and trade.

Цель:

Овладеть системой теоретико-методологических, организационных знаний и действий, в цифровом маркетинге как интегрированному направлению, охватывающему обширный круг вопросов стратегического и операционного бизнеса, развивающихся на электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей информационных технологий.

Задачи:

- исследование современных типологий цифрового маркетинга;
- исследование технических и программных средств, применяемых в цифровом маркетинге;
- оценка эффективности применения технических и программных средств в цифровом маркетинге;
- оценка деятельности в сфере разработки проектов связанных с цифровым маркетингом.

Многоканальная дистрибуция

Аннотация:

«Многоканальная дистрибуция» является неотъемлемой стороной хозяйственной деятельности предприятия. Изучение дисциплины способствует формированию универсальных и специальных компетенций, необходимых менеджеру в процессе разработки и реализации управленческих решений

"Multi-channel distribution" is an integral part of the economic activity of the enterprise. The study of the discipline contributes to the formation of universal and special competencies necessary for a manager in the process of developing and implementing management decisions

Цель:

Овладение методологией системной рационализации управления системами распределения или их частями, исходя из анализа и синтеза сущности каждого логистического потока в системе и используя возможности оптимизации, синхронизации и интеграции всех логистических каналов

Задачи:

- формирование у студентов устойчивых знаний по вопросам физического распределения продукции в сфере обращения с целью максимизации прибыли предприятия при более полном удовлетворении спроса потребителей;
- получение студентами знаний, необходимых для разработки стратегии распределения и архитектуры каналов распределения при эффективном использовании производственных мощностей предприятия за счет их оптимальной загрузки заказами потребителей;
- освоение студентами знаний необходимых для принятия логистических решений в управлении распределением, направленных на адаптацию деятельности предприятия с учетом постоянно меняющихся условий на рынке;
- приобретение студентами практических навыков в проведении расчетов по выбору экономичных схем и технологий товародвижения в цепях поставок.

Распределительно-логистические системы

Аннотация:

Управление распределительно-логистическими системами – это управление системой, которая представляет собой материальные и финансовые потоки от начальной до конечной точек траектории. Снабженческая деятельность и управление цепями поставок субъектов интегрированного рынка требуют логистического обслуживания и сопровождения. Данная учебная дисциплина выражает особенности проявления теории и практики логистики в снабженческой деятельности и управлении цепями поставок

Management of distribution and logistics systems is the management of a system that represents material and financial flows from the initial to the final points of the trajectory. Procurement activities and supply chain management of integrated market entities require logistics services and support. This academic discipline expresses the peculiarities of the theory and practice of logistics in supply activities and supply chain management

Цель:

Овладение теоретическими знаниями и методическими навыками организации снабженческой деятельности и управления цепями поставок субъектов интегрированного рынка на основе концепций, принципов и методов логистики

Задачи:

- получить знания и раскрыть экономическую сущность материально-технического снабжения в условиях рыночной экономики;
- определить функциональные зоны логистики снабжения и управления цепями поставок;
- изучить и уметь определять значения показателей эффективности управления логистическими потоками в сфере снабжения;
- проанализировать вопросы построения организационных схем управления снабжением и цепями поставок;
- обобщить инновационные решения в организации логистики снабжения и управления цепями поставок;
- ознакомить слушателей с современной концепцией управления качеством в логистике;
- раскрыть логистический подход к ценообразованию;
- овладеть навыками организации энергоресурсосбережения на предприятиях

Креативный маркетинг

Аннотация:

Дисциплина «Креативный маркетинг» предусматривает изучение студентами современных технологий ведения маркетинговой и коммерческой деятельности, закрепление теоретических положений выполнением практических работ. Изучаются как креативные технологии в торговле и маркетинге, так и инновационные маркетинговые информационные технологии, применяемые торговыми предприятиями

The discipline "Creative marketing" provides students with the study of modern technologies of marketing and commercial activities, the consolidation of theoretical positions by performing practical work. We study both creative technologies in trade and marketing, and innovative marketing information technologies used by commercial enterprises

Цель:

Программой предусматривается обучение студентов работе с современным программным обеспечением торговых предприятий и современными маркетинговыми программами

Задачи:

Учебными задачами дисциплины являются:

- o Изучение теоретических положений и основных понятий, связанных с инновациями;
- o Изучение креативных маркетинговых технологий, применяемых предприятиями торговли;
- o Изучение креативных технологий, используемых в коммерческой деятельности;
- o Овладение навыками работы с инновационными маркетинговыми системами;
- o Приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций

Рекламная деятельность

Аннотация:

Полученные в результате изучения дисциплины позволят выпускникам осуществлять как стратегическое управление рекламной деятельностью в аспекте текущей и перспективной бизнес-стратегии предприятия, подготовит к мониторингу и контролю результатов рекламных кампаний на тактическом и операционном уровнях.

Цель:

Формирование у студентов профессиональных компетенций, подразумевающих способность и готовность выпускников осуществлять стратегическое управление рекламной компанией в аспекте текущей и перспективной бизнес-стратегии предприятия

Задачи:

- формирование навыков разработки рекламной кампании;
- изучение средств и каналов распространения информации, возможностей их эффективного использования;
- закрепление навыков оформления информации в рекламных обращениях;
- формирование навыков количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
- изучение методики построения организационно-управленческих моделей рекламной деятельности;
- ознакомление с информационными технологиями для прогнозирования и управления рекламной деятельностью.

Организация, технология и проектирование торговых предприятий

Аннотация:

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери; готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг проблем, связанных с особенностью торгово-технического процесса и проектированием организации. Значительное внимание уделяется процессу организации труда и управлению на предприятиях и изучению правил эксплуатации и норм безопасности.

The discipline aimed at the formation of professional competencies of a graduate: the ability to manage trade and technological processes at an enterprise, regulate storage processes, conduct an inventory, determine and minimize the cost of material and labor resources, as well as take into account and write off losses; willingness to work with technical documentation necessary for professional activities (commercial, or marketing, or advertising, or logistics, or commodity) and check the correctness of its execution.

The content of the discipline covers a wide range of problems related to the peculiarities of the trade and technical process and the design of the organization. Considerable attention is paid to the process of work organization and management in enterprises and the study of operating rules and safety standards.

Цель:

Получение необходимых теоретических знаний, приобретение умений и практических навыков в области активно развивающихся в последнее время методов организации, технологии и проектирование торговых предприятий.

Задачи:

- формирование у будущего специалиста в области коммерческой деятельности теоретических и прикладных знаний о сложном механизме процесса доведения товаров от места производства до потребителей, о путях повышения эффективности этого процесса на всех его стадиях, интенсификации отдельных торгово-технологических звеньев и операций, а также всей совокупности процесса товародвижения.
- знакомства с новейшими достижениями в области интеграции торговли, транспорта и производства.
- приобретение умений и навыков решения наиболее распространенных задач в области коммерческой деятельности.

Транспортное обеспечение коммерческой деятельности

Аннотация:

Дисциплина «Транспортное обеспечение коммерческой деятельности» предназначена для сохранения качества своего товара и обеспечения высокого уровня продажного сервиса специалисту коммерции необходимо комплексно подходить к выбору транспортного обеспечения. Таким образом, изучение своевременным и актуальным информации о коммерции для работы в новых условиях хозяйствования.

The discipline "Transport support of commercial activity" is designed to preserve the quality of their goods and ensure a high level of sales service, a commerce specialist needs to take a comprehensive approach to the choice of transport support. Thus, the study of timely and relevant information about commerce to work in the new economic conditions.

Цель:

Овладение системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование транспортного обеспечения в коммерческой деятельности

Задачи:

- рассмотрение места транспорта в политике распределения коммерческого предприятия;
- ознакомление с правовыми аспектами транспортного обеспечения;
- разработка схемы транспортировки;
- обоснование перевозок грузов различным транспортом;
- ознакомление с показателями качества транспортной продукции;
- определение результативности транспортного обеспечения коммерческой деятельности.

Маркетинг услуг

Аннотация:

Дисциплина направлена на формирование компетенций по планированию бизнес-процессов с учетом специфики сервисного обслуживания, планированию товарной политики. В рамках дисциплины рассматривается три уровня услуг: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Товарная марка, товарный знак, товарная политика предприятий сервиса. Рассматривается рынок социокультурных услуг, его структура, субъекты и специфика. Особое внимание уделяется поведению потребителей на рынке услуг. Изучается конкуренция в сфере сервиса. Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке услуг. Важная роль отводится вопросам ценообразования услуг, а также каналам распределения услуг в сервисе.

The discipline is based on the formation of competencies for planning business processes, taking into account the specifics of service maintenance, planning product policy. Within the framework of the discipline, three levels of services are considered: a product by design, a product in real execution, a product with reinforcement. Trademark, trademark, product policy of service enterprises. The market of socio-cultural services, its structure, subjects and specifics are considered. Particular attention is paid to the behavior of consumers in the service market. Competition in the service sector is being studied. Features of marketing research in the market of services. An important role is assigned to the issues of pricing of services, as well as channels for the distribution of services in the service.

Цель:

Сформировать профессиональные компетенции по планированию бизнес-процессов с учетом специфики сервисного обслуживания, планированию товарной политики

Задачи:

- формирование навыков исследования системы маркетинга, особенностей продвижения услуг;
- отработка технологии выбора стратегии развития рынка, обновления ассортимента товаров и услуг;
- изучение технологии продвижения услуг на различные сегменты рынка;
- формирование навыков владения методами проведения маркетинговых исследований в сервисе;
- формирование навыков планирования бизнес-процессов сервисного обслуживания.

Международный маркетинг

Аннотация:

.В процессе изучения дисциплины рассматриваются следующие вопросы: особенности международного маркетинга, основные понятия и определения, анализ внешней и внутренней маркетинговой среды, международный маркетинг в отдельных странах, ценовая и товарная политики фирмы, международный брендинг, цифровой маркетинг на международном рынке, международная система распределения.

In the course of studying the discipline, the following issues are considered: features of international marketing, basic concepts and definitions, analysis of the external and internal marketing environment, international marketing in individual countries, price and product policies of the firm, international branding, digital marketing on the international market, international distribution system.

Цель:

Описать влияние особенностей экономической, политической, культурной, правовой среды на осуществление маркетинговой деятельности и определить методологию адаптации предприятия к особенностям международных рынков.

Формирование знаний и навыков студентов осуществляется в ходе лекционных, семинарских занятий, выполнения контрольных работ, осуществления самостоятельной работы с литературой.

Задачи:

1. рассмотрение концепции и содержания маркетинга с точки зрения достижения корпоративных целей бизнеса с учетом интересов потребителей товаров и услуг в инновационной сфере для малых предприятий на международном уровне;
2. освоение сегментационного анализа и выделение целевых рынков, позиционирование продуктов и компаний на рынке, моделирования потребительского поведения, обоснование выбора конкурентного преимущества;
3. изучение инструментария маркетинга - товарной, ценовой политики, политики распределения и коммуникации, а также расширенное понимание комплекса маркетинга: персонал, физическое окружение, процессы и их важность для маркетинга для малых предприятий, где функциональные процессы размыты между ограниченным штатом сотрудников. Рассмотрение вопросов организации функции маркетинга и мотивации маркетинговых специалистов. Сущность и специфика вопросов согласования и противоречия вопросов маркетинга и сбытовой политики;
4. исследование концепции и проблем функционирования маркетинга на предприятии, учитывая особенности ситуации рыночной стагнации, изменения поведения потребителей и потребительского выбора;
5. исследование концепций маркетинга в разных странах.

Стратегический маркетинг

Аннотация:

Дисциплина имеет своей целью знакомство обучающихся с задачами стратегического маркетинга, характеристикой современного состояния маркетинга, процессом разработки маркетинговой стратегии, основными типами маркетинговых стратегий и составлением маркетингового плана.

Курс «Стратегический маркетинг» раскрывает современные представления о роли и месте маркетинга в управлении организацией. В настоящее время весь процесс управления компанией неразрывно связан с постоянным мониторингом внешней среды, изучением потребностей клиентов и созданием такого продукта, который бы соответствовал этим потребностям, выстраиванием партнерских отношений с поставщиками и заказчиками, а также формированием взглядов и отношений сотрудников с ориентацией на требования потребителя. Дисциплина развивает тему стратегического управления фирмой, перенося акцент с общих стратегических проблем на роль и вклад маркетинга в формирование устойчивых конкурентных преимуществ компании.

The discipline aims to familiarize students with the tasks of strategic marketing, the characteristics of the current state of marketing, the process of developing a marketing strategy, the main types of marketing strategies and the preparation of a marketing plan.

The course "Strategic Marketing" reveals modern ideas about the role and place of marketing in the management of an organization. Currently, the entire management process of the company is inextricably linked with constant monitoring of the external environment, studying the needs of customers and creating a product that would meet these needs, building partnerships with suppliers and customers, as well as forming the views and relationships of employees with a focus on consumer requirements. The discipline develops the topic of strategic management of the company, shifting the focus from general strategic problems to the role and contribution of marketing to the formation of sustainable competitive advantages of the company.

Цель:

Дисциплина «Стратегический маркетинг» имеет своей целью формирование у студентов компетентности в области системы маркетинговых стратегических решений, принимаемых на корпоративном и функциональном уровнях, а также формирование навыков стратегического моделирования для маркетингового управления потенциалом предприятия, его поведением на рынке, выбором конкурентного положения.

Задачи:

- ознакомление с эволюцией концепции, новыми направлениями развития маркетинга в теоретическом плане;
- ознакомление с различными видами маркетинговых стратегий, этапами создания успешной маркетинговой стратегии;
- формирование практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы управления фирмой на принципах маркетинга, оценки долговременных результатов маркетинговой деятельности;
- формирование умения вырабатывать общую маркетинговую стратегию и направление развития компании, представлять маркетинговые стратегические решения как часть корпоративной системы управления, конкретизировать стратегию в области продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.

Управление ассортиментом и ценообразование в электронной коммерции

Аннотация:

В процессе изучения дисциплины «Управление ассортиментом и ценообразование в электронной коммерции» рассматриваются следующие вопросы: особенности внедрения электронной коммерции, инструменты и стандарты в управлении ассортиментом и ценообразовании электронной коммерции, автоматизированные системы электронной коммерции, сущность интернет-маркетинга и эффективность реализации цифрового маркетинга в сети Интернет и торговле

In the course of studying the discipline "Assortment management and pricing in e-commerce", the following issues are considered: features of the introduction of e-commerce, tools and standards in assortment management and e-commerce pricing, automated e-commerce systems, the essence of Internet marketing and the effectiveness of digital marketing in the Internet and trade

Цель:

овладеть системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, в области управления ассортиментом товаров, необходимой для профессиональной деятельности в формировании подхода к теоретическим основам и практическим аспектам реализации электронной коммерции как интегрированному направлению, охватывающему обширный круг вопросов стратегического и операционного бизнеса, развивающихся на электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей информационных технологий

Задачи:

- оценка эффективности применения технических и программных средств в электронной коммерции;
- овладеть формированием теоретических знаний и практических умений и навыков по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернета и мобильных устройств в сфере электронной коммерции;
 - формирование системы профессиональных знаний, умений и компетенций в вопросах понимания законов и принципов, по которым осуществляется электронная коммерция в коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг;
- ознакомление с основными принципами организации электронного бизнеса;
- обучение инфраструктуре электронного бизнеса в различных отраслях;
- обучение технологиям ведения коммерческой деятельности в Интернет. основными понятиями в области управления ассортиментом товаров;
- изучить методологию управления ассортиментом товаров;
- формирование навыков управления ассортиментной политикой фирмы

Event-маркетинг

Аннотация:

Дисциплина является прикладной дисциплиной, имеет комплексный характер и интегрирует в единую систему знания, полученные студентами в процессе изучения других дисциплин. В течение курса студенты будут развивать профессиональное понимание событий как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций, целей использования, цикла разработки событий, подходов к созданию и управлению событием, а также методов оценки его эффективности. Студенты смогут изучить ключевые темы поведения участников событий (групповое поведение), и соответствующие им психологические и эмоциональные аспекты, связанные с принятием решения о покупке и взаимодействием с брендом. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: входной контроль в форме бланочного тестирования, рубежный контроль в форме контрольной работы студентов в письменной форме.

Цель:

Освоение знаний о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии; приобретение умений и формирование событийного маркетингового мышления путём изучения концептуальных основ рекламного маркетинга и закрепление полученных знаний посредством решения практических заданий и практикумов организации событий

Задачи:

- приобретение студентами необходимых знаний о роли и функциях событийного маркетинга в деятельности рекламных и PR-агентств;
- формирование базовых навыков разработки концепции мероприятий, генерирования идей, подготовки предложений и презентации проекта;
- овладение комплексом средств событийного маркетинга, используемых для планирования и организации мероприятия, а также создания пост-проектной отчётности;
- сформировать у студентов понимание необходимости профессионального использования и управления событиями на всех этапах их подготовки и реализации, а также на протяжении всего жизненного цикла продукта / компании;
- научить слушателей критически оценивать проводимые события конкурентов и собственные, а также проводить оценку и оптимизацию процесса разработки событий;
- развить у слушателей навыки планирования событий, а также их последующего совершенствования и развития;
- научить слушателей использовать разные подходы к оценке эффективности событий;
- сформировать у слушателей представление об инновационном подходе к организации и проведению событий в условиях информационного клаттера;
- дать студентам понятие Event-маркетинга (событийного маркетинга) как одного из составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- привить навыки планирования и реализации Event (события);
- научить анализу и оценке эффективности Event (события).

HR-маркетинг

Аннотация:

Дисциплина нацелена на формирование современных теоретических представлений о рынке труда, факторах и условиях, обеспечивающих его формирование и эффективное функционирование, изучение основных тенденций занятости и безработицы в современном российском обществе

The discipline is aimed at the formation of modern theoretical ideas about the labor market, the factors and conditions that ensure its formation and effective functioning, the study of the main trends of employment and unemployment in modern Russian society

Цель:

Целью курса «HR-маркетинг» является формирование системы знаний в области маркетинга рынка труда, бенчмаркинга персонала, маркетинговой концепции организации по управлению трудовыми ресурсами

Задачи:

1. Освоение методов маркетинга организации по обеспечению персоналом;
2. Изучение методов маркетинговых исследований тенденций и трансформаций позиционирования организации на рынке труда;
3. Рассмотрение основных элементов комплекса маркетинга по продвижению организации-работодателя и маркетингом кадрового обеспечения;
4. Ознакомление с технологиями бенчмаркинга персонала, управление деловой карьерой.